

**ASEAN TOURISM FORUM DAN PENINGKATAN PARIWISATA
INDONESIA, THAILAND DAN BRUNEI DARUSSALAM**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Jurusan Ilmu
Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Hasanuddin*

**OLEH:
SRI WAHYUNI RASULONG
E13110103**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : ASEAN TOURISM FORUM DAN PENINGKATAN
PARIWISATA INDONESIA, THAILAND DAN BRUNEI
DARUSSALAM

NAMA : SRI WAHYUNI RASULONG

NIM : E 131 10 103

JURUSAN : HUBUNGAN INTERNASIONAL


FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



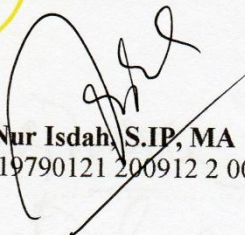
Makassar, Juni 2014

Mengetahui :

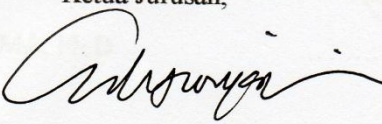
Pembimbing I,


Prof. Dr. H. Mappa Nasrun, MA
NIP. 19420217 196706 1 001

Pembimbing II,


Nur Isdah, S.IP, MA
NIP. 19790121 200912 2 001

Mengesahkan :
Ketua Jurusan,


Dr. H. Adi Suryadi B., MA
NIP. 19630217 199202 1 001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : ASEAN TOURISM FORUM DAN PENINGKATAN
PARIWISATA INDONESIA, THAILAND DAN BRUNEI
DARUSSALAM

NAMA : SRI WAHYUNI RASULONG

NIM : E 131 10 103

JURUSAN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional pada hari Kamis, 12 Juni
2014

TIM EVALUASI

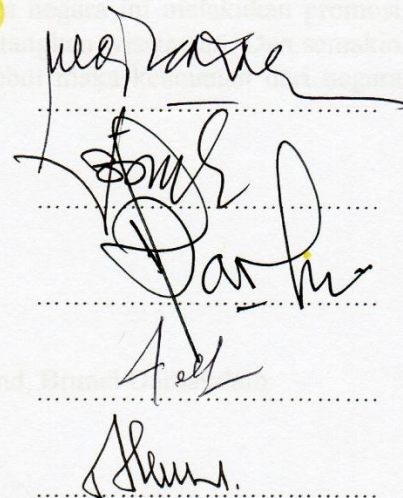
Ketua : Prof.Dr.H.Mappa Nasrun, MA

Sekretaris : Burhanuddin, S.IP, M.Si

Anggota : 1. H. Darwis, MA, Ph.D

2. Seniwati, Ph.D

3. Drs. Aspiannor Masrie



Handwritten signatures of the evaluation team members, corresponding to the names listed on the left. The signatures are written in black ink on a white background.

ABSTRAKSI

Sri Wahyuni Rasulong, E131 10 103, dengan judul skripsi “*ASEAN Tourism Forum dan Peningkatan Pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam*” di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Mappa Nasrun, MA selaku pembimbing I dan Nur Isdah, S.IP., MA selaku pembimbing II, Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *ASEAN Tourism Forum* dalam peningkatan pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam dan mengetahui peluang dan tantangan kerjasama dalam *ASEAN Tourism Forum*. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Dan untuk menganalisa data menggunakan teknik analisis kualitatif dan teknik penulisan deduktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *ASEAN Tourism Forum* memiliki peran penting dalam peningkatan pariwisata negara ASEAN khususnya Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam karena forum ini merupakan forum pariwisata terbesar di kawasan ASEAN dan dalam forum ini semua Menteri Pariwisata ASEAN, para ketua Organisasi Pariwisata Nasional ASEAN (NTOs), Asosiasi *Tour* dan *Travel* dan beberapa kepala negara bidang pariwisata dari negara-negara yang mempunyai kerjasama dengan ASEAN di bidang pariwisata dapat berkumpul untuk membahas, merencanakan dan mengevaluasi kinerja untuk peningkatan pariwisata negara-negara ASEAN. Peluang dari kerjasama ini dapat membuat Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam meningkatkan sektor pariwisatanya dengan melakukan kerjasama dengan negara-negara ASEAN dan juga negara diluar ASEAN dengan pertemuan di *ASEAN Tourism Forum* ini. Sedangkan tantangannya ketiga negara ini melakukan promosi produk pariwisata mereka agar lebih banyak mendatangkan wisatawan. Dan semakin banyaknya wisatawan yang datang ke negara tersebut maka keamanan dari negara tersebut harus ditingkatkan.

Kata Kunci : ASEAN, Pariwisata, Indonesia, Thailand, Brunei Darussalam

ABSTRACT

Sri Wahyuni Rasulong , E131 10 103 , "*ASEAN Tourism Forum and Tourism Escalation in Indonesia, Thailand and Brunei Darussalam* " under the guidance of Prof.Dr.H.Mappa Nasrun, MA as advisor I and Nur Isdah, S.IP, MA as advisor II, Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University, Makassar.

This study aims to determine the role of the ASEAN Tourism Forum in increasing tourism in Indonesia , Thailand and Brunei Darussalam and identify opportunities and challenges cooperation in ASEAN Tourism Forum. To achieve these objectives, the method of this study is a descriptive type, with technique to collect the data is literature and to analyze the data using analysis qualitative techniques and deductive writing techniques.

The results of this study indicate that the ASEAN Tourism Forum has an important role in tourism escalation in ASEAN countries especially Indonesia, Thailand and Brunei Darussalam because this forum is the largest tourism forum in the ASEAN region and in forum, all ASEAN Tourism Ministers , the chairman of the ASEAN National Tourism Organization (NTOs), Tour and Travel Association and several Heads of State from countries which has tourism cooperation with ASEAN gathered, discussed , planned and evaluated their performance in order to increase tourism in ASEAN countries. Opportunities from this cooperation can make Indonesia, Thailand and Brunei Darussalam enhance their tourism sector through cooperation with ASEAN countries and also with countries outside ASEAN meetings in ASEAN Tourism Forum. whereas the third challenge is the country promoting their tourism product so that can bring more tourists. By the increasing number of tourists coming to the country, the security of the country must be improved.

Key Words : ASEAN, Tourism, Indonesia, Thailand, Brunei Darussalam

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi **ALLAH SWT** yang telah memberikan rahmat dan keridhaan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Salawat dan salam juga penulis panjatkan kepada **Nabi Muhammad SAW** beserta keluarganya. Penulis telah mengakhiri kegiatan akademiknya dan menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “*ASEAN Tourism Forum* dan Peningkatan Pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam” guna memperoleh gelar sarjana dalam Jurusan Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Dan juga bantuan kepada penulis saat masih berada di bangku kuliah dalam menjalani proses pembelajaran. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Terima kasih banyak buat **RAFAME** (Rasulong Family). Buat orang tua tercinta **Ir. H. Rasulong** dan **Hj. Nurjannah** yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, cinta dan kasih sayang dan juga memberikan *financial support* bagi penulis. Semoga Allah memberikan umur panjang agar saya dapat membalas semua kebaikan kalian, AAMIIN YA ALLAH. **Arkan** ponakan bunda tersayang yang selalu ganggu bundanya saat ketik skripsi karena dia juga mau main laptop. **Kak Nunuw** yang suka buat penulis stres dan jengkel malam-malam. Semoga sehat sampai lahiran adiknya arkan ya kakakku. **Dr. Ciwang** makasih kak sudah menjadi bagian

dari *financial partner* bagi penulis, semoga rejekinya makin bertambah ya. **Kak Niny** makasih nasehat-nasehatnya dan marah-marahnya kalau penulis lagi malas untuk kerja skripsi. Semoga tahun 2015 udah nikah ya kak, aamiin! **Kak Sophie** semoga kita bisa jumpa di Jerman kakakku sayang, *I miss you so bad*. **Wahyu** adik gendut semoga kuliah yang rajin disana dan cepat sarjana juga. Daftarko AIESEC Surabaya *please*. **Ammar** anak kecil tapi seperti orang tua pikirannya, belajar baik-baik biar bisa jadi Presiden. Beberapa tahun lagi saya bakalan bikin kalian bangga, *Inshaa Allah!*

2. Semua Keluarga, puang-puang, tante-tante, om-om dan sepupu-sepupu. Makasih **Intan** teman *sharing* tentang HI, sepupu ketemu gede, teman wisata kuliner, semoga suatu saat nanti bisa sama-sama ke Canada yah. AAMIIN! Makasih buat **P.Ida, P.Baya, dan P.Diana** yang kadang bikin penulis stres dan ketawa.
3. Kepada kedua dosen pembimbing penulis dalam penulisan skripsi ini. **Prof. Dr. H. Mappa Nasrun, MA** selaku pembimbing 1 yang paling baik hati, mengajarkan penulis untuk lebih tepat waktu. Terima kasih banyak pak. Kepada pembimbing II, **Nur Isdah, S.IP, MA** yang cantik. Terima kasih bu kesabarannya dalam membimbing. Seluruh dosen, staf Jurusan Ilmu Hubungan Internasional dan para pejabat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Kepada **Prof. Dr. J. Salusu, MA, Dr. Adi Suryadi B, MA. Muh. Nasir Badu Ph.D, H. Darwis, MA, Ph.D, Seniwati PhD, Pusparida Syahdan, S.sos, M.si, Ishaq Rahman, S.IP, M.si. Drs. Aspiannor**

Masrie, Agussalim, S.IP, MIRAP, Drs.H. Husain Abdullah, M.si, Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si, Ashry Sallatu, S.IP, M.Si, Burhanuddin S.IP, M.Si dan juga **Drs. Partice Lumumba, MA** yang selalu penulis hormati. Terima kasih kepada dosen-dosen penulis yang telah berbagi ilmunya selama hampir 4 tahun dibangku kuliah. Dan kepada **Bunda** yang selalu sabar dan bijak mendengarkan curhatan penulis dan memberikan nasehat-nasehat. **Kak Rahma** yang selalu sabar membantu penulis dalam menyiapkan berkas ujian dan segala sesatunya, Terima kasih kak.

5. **BANS** cewek-cewek cantik nan ayu yang selalu kurindukan. Dari yang paling tua, **Nune** cepat-cepat meki ujian bund baru bikin adeknya omar lagi. **Adey** cewek arogan yang satu ini selalu bikin heboh, semoga terbuka hatinya untuk cepat-cepat nikah, semangat kak ichad! **Imek** cewek yang bisa ikat rambutnya tanpa ikat rambut atau jepitan, jago toh? Dimana ada imek disitu ada **Jiji** anak daranya jeneponto yang tidak suka tertutup kakinya kalau pake selimut. Anaknya periang, heboh, setia, baik hati sekaaaaali dan cantik. **Citra roommate** pas KKN yang selalu bersih dan rapi, penuh kejutan dan penuh misteri, kadang sabar dan suka makan tapi tidak gemuk-gemuk. **Aini** sayangku paling selalu ajak ka makan salah, dia mi yang bikin gemuk ka. Semoga cepat nikah sm kanda Ivan. **Windy** kuraku yang paling lama segala-galanya, teman curhat masalah pribadi, semoga kamu mendapat kejelasan dari ketidak pastian ini beb haha.

Kurindukan ki pasti selamaku di China bebeb-bebebku sayang. Love you
bans

6. Teman *Traveling*, sahabat dari SD dan SMP, **Oshin** gadis imut-imut yang luarnya keliatan lugu padahal gilaji juga, teman gosip dan teman makan. semoga bisa ke Korsek lagi cin sama aku dan gaes juga yah aamiin. **Ghaesani** cewek anti *mainstream*, tidak punya media sosial, gayanya yang santai dan baik hati sedunia yang bikin selalu rindu. Makasih beb hampir tiap malam hubungi ka kasih semangat buat kerja skripsi, nanti liburan bareng lagi kalau sudah sarjana yah kamu. **Chipa** tetangga tapi jarang ketemu karena sibuk masing-masing, semoga cepatkan langsing beb. **Wini, dijah, Tiwi, Eka, Nayah, Indah, Nini, Diaz, mawar** rindu deh!

7. Hoy AIESEC! Selalu bersyukur kepada Allah dipertemukan sama kalian-kalian yang hebat-hebat ini. *President* AIESEC UNHAS 14/15 mantan VP ku di 13/14 **Sabri Ahandi** makasih kak buat dukungan, doa, tenaga dan kesabarannya hadapi ka selama masa-masa stresku. Kita memang andalanku ☺ Semoga bisa sarjana bulan 12, harus! Semangat buat term ini, jangan suka marah-marah sama *member*. Saya ke China dulu yah, *good luck for everything*. **Dede** adik kelas sejak SMP tapi baru dekat sekarang. Makasih dede buat dukungannya sayang selama masa stresku, itu sangat membantu sekali loh! Rindu geng empty dan **Febri** cewek arab-arab yang juga terobsesi kurus. Semangat cari EP feb, semangat cari pacar juga nah! **Ulan** VP finance andalan kita yang paling kalem, semangat kerja

skripsinya beb semoga cepat bisa kelar. **Rusydan** hai alis, semoga langgeng sama adik puput ya. **Kak Madi** penampilannya ji sangar tapi dalamnya baik hati sekali. **Erul** paling menjengkelkan se-124 negara. **Kak Emi** mau dong kak mendaftar oGIP. **Kak Adnan** kayak orang tidak pernah ada beban dalam hidupnya dan murah senyum. **Kak Pudel** cowok alim yang katanya sudah punya calon istri, kenalin dong! **Kak ahmad** paling *easy going*, punya banyak ide dan lucu imut. Ajak ke Brasov dong kak, *exchange* gratis bolehlah. **Mak Icha** cewek paling kuandalkan, paling bisa segala hal. Rinduku riada tara kepadamu mak! Cepatlah pulang dari India membawa bapak baru untuk kita semua. Dan pada semua AIESECer yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. *Always proud to be an AIESECer.*

8. Hiten yang paling fenomenal dan selalu bikin ketawa sampai lupa berhenti.

Kak Ayu yang paling santai, pintar, baik hati, tidak sombong dan selalu goyangkan badan makanya kuruski. **Ami** yang jarang bisa berhenti bicara dan penuh ekspresi, anaknya manis. **Yaya** teman seperjuangan ujian yang ternyata beratnya 60an tapi tidak keliatan gendut. **Kakak Lya** berhati lembut, selalu ketawa dan selalu kepanasan. Salamkan sama ocang nah! **Tya** cewek yang sudah berhasil diet tawwa, makin cantik aja neng. **Chelsy** deh sangar ki kalau marah, tapi kalau lagi bagusji moodnya jinak ji. *See you in China*, Chi. **Ina** ini mi andalanku, kalau ada ina langsung bagus moodku (spek) Semoga cepat dapat pacar cinta, makin sukses dengan cita-citanya. **Thata** cewek paling montok di HITEN, kadang sangar, kadang

imut tapi sering gila. **Muli** cewek polos dulunya. Anaknya baik dan ucil juga. Sekarang entah dimana berada. **Rindhy** astagaaa hebohnya ini anak kalau bicara, tapi mungkin itu yang bikin ignas cinta dia. **Widya** rindukuuu, sama nasi kuningmu. Baik skali ini widya nah! **Dhita** halo dit, *long time no see!* **Mega** yang makin cantik, tipe-tipe wanita karir banget. Rindu deh sama ocehanmu. **Nining** minta meka alifia *please!* semoga sehat sampai melahirkan anak kedua yah ning. **Nunu** banyak-banyaki makan mu nah nu biar tidak rapuh lagi. **Rere** lebih cantik kalau diam ko beb, suaramu bikin tidak tahan cemprengnya haha. **Nita** anak angkatnya pace, paling rajin, pintar juga. **Nini** gadis bone ini sudah jadi hijabers kah sekarang? **Cacang** kita mi segala-galanya beb, apa jadinya HITEN tanpa ketua angkatannya yang paling gila ini? **Daus** jie. S.IP mi tawwa, jangan Cuma pergi lari saja, pergi cari cewek sana. **Nana(ng)** cowok yang heboh apalagi kalau ketemu cacang. Sukses di Korea nya cin. **Fahmi** paling imut, muka komik betul, baik hati juga. Makanki banyak-banyak nak nah biar kayak **Maul** we ih gendoooot mu maul! Dietko nah haha. **Iqbal** paling lucu kalau bicara dengan logat khasnya. **Bang dito** itu pipi atau roti maros? Minta di cubit. **Mahfud** tidak salah jurusan jeko mahfud *hi-tech?* **Ignas** jaga didi dengan baik, setidaknya terimalah dia apa adanya yang sering heboh. **Vian** paling ramah ini anak, selalu tersenyum kalau bertemu. **Jullyan** si doraemon canggih yang kerjanya tidur dan main game. **Djuned** si kecil-kecil cabe rawit, paling rewa ini anak. Kahima yang makin ganteng **Evan**, baik hati dan cadelnya yang bikin dia imut. **Eqi** sarjana meki cepat-cepat

bang eqi, ami tawwa menunggu mi mau dilamar haha. **Fiqhi** orang yang paling tidak saya percaya seHITEN, tidak tahun kapan dia serius kapan main-main. Paling rese juga, kadang menjengkelkan sangat tapi sangat menghibur dan ngangenin sekali kelakuannya. **Bang Radhit drummer** handal, itumi yang bikin Toso terpanah. **Mail** ini anak juga suka rese, makin subur juga badannya. **Kak Mamad** mauku makan bakso idola kak, nyamnyam. **Bucca** anak gaul ini temanku, sangat khas dengan baju kotak-kotaknya. **Krisna** temanku yang paling sabar, hampir cinlok sama suci di Keddah. **Hendra** tidak tahu juga ini anak terlalu polos atau gimana, ampun-ampun saya. **Syahrul** orang paling dituakan karena memang dia sudah tua. Paling konyol juga. *See you on top, guys!*

9. Keluarga besar YAMA, **Kak Iin** yang selalu kasih kesempatan untuk mari diluar kota. Senangnya bukan main, makasih banyak kak. **Gadis** gila yang selalu kasih dukungan juga semasa stres, makasih sist. Dan semua kakak-kakak dan adik-adik YAMA yang bisa jadi penghilang stress.

10.SODIKIN, teman-teman seperjuangan KKN di Keddah, Malaysia. **Ode** anak pertamanya mamak icha yang paling aktif kesana kemari, anaknya mandiri dan selalu ku rindukan. **Nissa** rindunya sama ini anak polos yang selalu kalah kalau main kartu dan teman sekamar yang sama banyaknya makanku. Dan anak SODIKIN 85 yang selalu kurindukan.

11.Geng Mr. Fang yang heboh. **Kak Ryan** yang juga selalu semangat untuk cepat wisuda. SEMangat! **Kak Waru dan Kak Puthe** yang berbaik hati

selalu membantu dalam pengurusan berkas beasiswa ke China dan *Laoshi-Laoshi* yang kami cintai.

12. UNHAS MUN *Club* terima kasih juga sudah memberikan saya banyak pelajaran saat NUMUN di Lembang. Senang juga bisa mengenal kalian yang sudah sangat hebat-hebat.

13. Terima kasih kepada **Pak Adilah** di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang sudah menerima saya untuk penelitian dengan sangat ramah sekali. **Bu Nina** yang telah memberikan bahan kepada saya. **Pak Rama** yang bersedia selalu membalas email saya yang agak memaksa meminta data dan juga **Pak Dadang**. Kepada **Bu Dory** di *Secretariat* ASEAN yang telah memberikan saya banyak sekali buku-buku serta majalah tentang ASEAN. Dan juga buat bapak penjaga perpustakaan di perpustakaan ASEAN.

Makassar, 12 Juni 2014

SRI WAHYUNI RASULONG

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR SKEMA	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual.....	8
E. Metode Penelitian.....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Ekonomi Politik	12
B. Kerjasama Regional	20
C. Pariwisata	25
BAB III. <i>ASEAN TOURISM FORUM</i> DAN POTENSI NEGARA ASEAN	
A. Latar Belakang <i>ASEAN Tourism Forum</i>	32
B. Potensi negara <i>ASEAN</i> (Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam)	34
C. Program <i>ASEAN Tourism Forum</i>	49
BAB IV. <i>ASEAN TOURISM FORUM</i> DAN PENINGKATAN PARIWISATA INDONESIA, THAILAND DAN BRUNEI DARUSSALAM	
A. Peran <i>ASEAN Tourism Forum</i>	62
B. Peluang dan tantangan kerjasama dalam <i>ASEAN Tourism Forum</i>	66

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR SKEMA

No	Teks	Hal
1	Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Indonesia Tahun 2009	39
2	Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Thailand tahun 2009	43
3	Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Brunei Darussalam Tahun 2009	47
4	Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam pada Tahun 2012	49
5	Struktur Organisasi Kerjasama Pariwisata ASEAN	50

DAFTAR TABEL

No	Teks	Hal
1	Jumlah Wisatawan Berdasarkan Negara Tujuan Tahun 1995-2002	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata sebagai suatu sektor kehidupan, telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasan dunia lainnya. Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal.¹ Selain dari meningkatkan kesejahteraan bangsa, kepariwisataan berfungsi untuk :

- a. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata;
- b. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa;
- c. Memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja;
- d. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

¹ Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 dalam <http://www.budpar.go.id/asp/detil.asp?c=11&id=685> diakses pada 5 oktober 2013

e. Mendorong pendayagunaan produksi nasional.²

Sektor kepariwisataan sebagai salah satu sektor yang berpengaruh dalam pembangunan industri, dikembangkan dalam rangka lebih meningkatkan laju pembangunan nasional. Produk wisata dihasilkan oleh berbagai perusahaan seperti jasa hotel, jasa angkutan, jasa hiburan, jasa penyelenggaraan *tour* dan sebagainya. Disediakan oleh masyarakat antara lain jalanan dan keramahan rakyat. Disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, pantai, lautan dan sebagainya.³ Adanya usaha untuk meningkatkan sektor pariwisata dapat mendorong masyarakat untuk lebih mengembangkan daerahnya, lebih memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan lebih mengembangkan budaya yang telah ada.

Pariwisata perlu dikembangkan sebagai salah satu sumber industri andalan. Sektor pariwisata selain dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, juga akan merusak lingkungan bahkan sebaliknya merangsang pelestarian lingkungan hidup. Hal ini dikarenakan pengembangan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari lingkungan hidup sebagai salah satu sarana atau obyek wisata. Pariwisata merupakan salah satu faktor yang penting dalam membangun suatu negara. Industri pariwisata juga sangat berkaitan dengan sektor lainnya. Industri pariwisata dapat memberikan dampak yang sangat banyak kepada sektor perekonomian suatu negara. Karena industri pariwisata dapat menjadi penyumbang devisa bagi suatu negara, khususnya bagi negara-negara

² Kementerian sekretarian Negara Republik Indonesia dalam http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_perundangan&id=2189&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2009 diakses pada tanggal 1 oktober 2013

³ Industri pariwisata dan pembangunan nasional, jurnal dalam <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/18> diakses pada tanggal 1 oktober 2013

yang memiliki kekayaan alam dan budaya seperti Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam.

Dengan adanya peningkatan industri pariwisata, bukan hanya di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam tapi juga di berbagai negara ASEAN ingin meningkatkan kerjasama di sektor pariwisata dengan negara–negara ASEAN itu sendiri. ASEAN yang merupakan singkatan dari *Association of South East Asia Nations* adalah perhimpunan negara–negara Asia Tenggara yang memiliki maksud dan tujuan yang sama untuk kepentingan masing–masing negaranya. Negara-negara Asia Tenggara memiliki kekayaan sumber daya alam yang berlimpah. Dikenal dengan negara-negara yang memiliki keberagaman budaya, keramahan penduduknya dan juga beriklim tropis di setiap daerah. Warisan leluhur, fauna dan flora yang sangat unik dan beragam serta kehidupan warganya yang masih dapat hidup dengan cara tradisional di era globalisasi ini hanya untuk menjaga tradisi dari leluhur mereka. Itu adalah sebagian kecil dari daya tarik dari negara-negara ASEAN untuk mengembangkan pariwisatanya.

Dalam *Global Destination Cities Index* 2013 yang dikeluarkan oleh *Master Card* dikatakan sebagai urutan teratas kota dengan kunjungan wisatawan internasional terbanyak. Jumlah wisatawan diprediksi mencapai 15.980.000 orang pada tahun 2013. Bangkok menjadi kota di Asia pertama yang mendapatkan peringkat teratas sejak diluncurkannya indeks penilain ini. Tingkat pertumbuhan angka kunjungan ke Bangkok lebih dari 18% pada tahun 2011 dan 2012. Laporan

tersebut menambahkan penambahan pengunjung meningkat 9,8% di tahun 2013.⁴ Hal ini membuat Thailand menjadi negara di ASEAN yang mendatangkan wisatawan terbanyak pada tahun 2013. Selain Thailand, Indonesia juga memiliki potensi pariwisata yang menarik, Indonesia menduduki peringkat keempat dengan wisatawan terbanyak di antara negara ASEAN pada tahun 2012 dan 2013. Sedangkan Brunei Darussalam merupakan negara dengan mendatangkan wisatawan paling sedikit dibandingkan antara kesepuluh negara-negara anggota ASEAN.

ASEAN merupakan wilayah yang cukup diminati wisatawan dunia. Tujuh puluh persen masyarakat dunia melakukan perjalanan ke ASEAN setiap tahunnya. Hal ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan oleh sektor pariwisata ASEAN. Untuk itu diperlukan upaya bersama negara-negara ASEAN untuk mengatasi kendala-kendala yang dapat menghambat perkembangan pariwisata seperti *high cost tourism* dan konektivitas antarnegara ASEAN. *ASEAN Tourism Forum* ini diharapkan akan menghasilkan rekomendasi solusi masalah ini (Sekretaris Jenderal *United Nation World Tourism Organization*, Thalib Rivai)⁵.

ASEAN Tourism Froum merupakan kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan kawasan ASEAN sebagai sebagai salah satu tujuan utama wisatawan. Forum ini sudah didirikan sejak tahun 1981 di Malaysia. Setiap tahunnya *ASEAN Tourism Forum* ini diselenggarakan di negara–negara anggota ASEAN secara bergiliran, negara–negara ASEAN sendiri terdiri dari 10 negara yaitu, Brunei

⁴ *Master Card, Global Destination Cities Index* dalam http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2013/05/Updated-Mastercard_GDCI_Final_V4.pdf diakses pada 5 oktober 2013

⁵ ASEAN Tourism Bahas Isu Pariwisata, Jurnal nasional dalam <http://www.jurnas.com/halaman/15/2012-01-14/195548> diakses pada 5 oktober 2013

Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapore, Thailand dan Vietnam.

Salah satu rencana jangka panjang yang dihasilkan oleh *ASEAN Tourism Forum* ke-10 di Brunei adalah *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP). *ASEAN Tourism Strategic Plan* secara umum bertujuan untuk membangun *blueprint* terkait dengan kebijakan, program, dan proyek dalam area pemasaran, pengembangan produk, standar, pengembangan SDM, investasi, dan komunikasi antar negara anggota ASEAN. *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2011-2015 merupakan langkah maju bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ASEAN.⁶ Dengan adanya ATSP ini negara-negara anggota akan lebih terarah dalam meningkatkan pariwisata negaranya masing-masing dan menjadikan ASEAN sebagai tujuan utama wisatawan dunia. Dan ATSP ini akan menjadi sebagai acuan bagi negara-negara ASEAN untuk mengembangkan pariwisata negaranya masing-masing. Karena negara-negara ASEAN khususnya Indonesia, Thailand dan Brunei memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata.

Semua negara anggota ASEAN memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak. Terlebih lagi Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam merupakan negara yang memang memiliki sumber daya alam berlimpah, memiliki ciri khas masing-masing dalam warisan budaya. Letak yang strategis juga menjadi salah satu faktor

⁶Memanfaatkan kerjasama pariwisata ASEAN untuk mendorong industri pariwisata Indonesia dalam http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Asean%20Tourism_Suska%20&%20Yuventus%20Effendi.pdf diakses pada 5 oktober

peningkatan pariwisata negara-negara ini. ATF ini sebagai wadah untuk negara-negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisatanya masing-masing dalam *Travel Exchange* yang merupakan salah satu program dari ATF itu sendiri. Travex ini merupakan salah satu program yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya dalam ATF. Karena Travex adalah salah satu program utama dari ATF 2014 yang menyediakan tempat atau wadah untuk mendorong kolaborasi atau kerjasama antara bisnis pariwisata regional dan internasional untuk dilaksanakan dan ide-ide baru untuk diciptakan.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

ASEAN Tourism Forum sendiri sudah dibentuk sejak tahun 1981 dan tetap berlangsung sampai sekarang. *ASEAN Tourism Forum* ini yang sudah dilakukan sebanyak 32 kali sampai tahun 2013 dan diselenggarakan di berbagai Negara Negara ASEAN. Panjangnya perjalanan dari *ASEAN Tourism Forum* pasti memberikan banyak referensi bagi penulis apabila kita mengkajinya lebih lanjut. Maka dari itu agar penulis dapat fokus maka penulis memberikan batasan dengan mengambil studi kasus terhadap 3 negara ASEAN yaitu, Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam dan ketiga negara ini memiliki peningkatan pariwisata yang signifikan namun tetap memiliki peningkatan yang berbeda-beda.

Penulis mengambil kasus 3 negara ini karena 3 negara ini merupakan negara – negara yang menunjukkan perbedaan tingkat pariwisata yang baik untuk dikaji. Berhubungan dengan *ASEAN Tourism Forum* yang telah diselenggarakan sejak 33 tahun yang lalu maka penulis juga membatasi *Time Frame* dalam melakukan

penelitian yaitu sejak tahun 2008 sampai tahun 2012. Karena pada tahun 2008, piagam ASEAN mulai berlaku secara efektif setelah semua negara anggota ASEAN menyampaikan dokumen pemberitahuan pengesahan ke sekretariat ASEAN.

Berdasarkan dari uraian dari latarbelakang diatas maka ruang lingkup masalah pokok dari judul ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana peran *ASEAN Tourism Forum* dalam peningkatan pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam?
- b. Apa peluang dan tantangan kerjasama dalam *ASEAN Tourism Forum* terhadap peningkatan pariwisata Indoneisa, Thailand dan Brunei Darussalam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui dan menjelaskan Peran *ASEAN Tourism Forum* dalam peningkatan pariwisata Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam.
- b. Mengetahui dan menjelaskan peluang dan tantangan kerjasama dalam *ASEAN Tourism Forum*.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi mahasiswa hubungan internasional dalam mempelajari tentang peran

ASEAN Tourism Forum dalam peningkatan pariwisata di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam.

- b. Diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para mahasiswa mengenai peluang dan juga tantangan yang akan dihadapi dalam kerjasama di *ASEAN Tourism Forum*.

D. Kerangka Konseptual

Ekonomi-politik internasional secara sederhana dapat diartikan juga sebagai interaksi global antara politik dan ekonomi. Robert Gilpin mendefinisikan konsep ekonomi-politik sebagai dinamika interaksi global antara pengejaran kekuasaan (politik) dan pengejaran kekayaan (ekonomi). Dalam definisi ini terdapat hubungan timbal balik antara politik dan ekonomi.⁷ Negara dan pasar saling berinteraksi untuk mempengaruhi pembagian kekuasaan dan kekayaan dalam hubungan internasional.⁸

Sejak semula, fokus dari teori hubungan internasional adalah mempelajari tentang penyebab-penyebab dan kondisi-kondisi yang menciptakan kerjasama. Kerjasama dapat tercipta sebagai akibat dari penyesuaian-penyesuaian perilaku aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang diambil oleh aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang diambil oleh aktor-aktor lainnya. Kerjasama dapat dijalankan dalam suatu proses perundingan yang

⁷ Gilpin, Robert. 1987. *The political Economy of international relations*. New Jersey: Princeton University Press, hal 43

⁸ DR. Anak Agung Banyu Perwita dan DR. Yanyan Mochammad Yani, 2005. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, hal. 75

diadakan secara nyata atau karena masing-masing pihak saling tahu sehingga tidak lagi diperlukan suatu perundingan (Dougherty & Pfaltzgraff,1997:418).

Kerjasama dapat didefinisikan sebagai serangkaian hubungan-hubungan yang tidak didasarkan pada kekerasan atau paksaan dan disahkan secara hukum, seperti dalam sebuah organisasi internasional seperti PBB atau Uni Eropa. Aktor-aktor negara membangun hubungan kerjasama melalui suatu organisasi internasional dan rezim internasional, yang didefinisikan sebagai seperangkat aturan-aturan yang disetujui, regulasi-regulasi, norma-norma, dan prosedur-prosedur pengambilan keputusan, dimana harapan-harapan para aktor dan kepentingan-kepentingan negara bertemu dalam suatu lingkup hubungan internasional.⁹

Pendapat mengenai konsep regionalisme diberikan oleh Louis Cantori dan Steven Spiegel. Kedua teoritis ini mendefinisikan kawasan sebagai dua atau lebih Negara yang saling berinteraksi dan memiliki kedekatan geografis, kesamaan etnis, bahasa, budaya, keterkaitan sosial dan sejarah dan perasaan identitas yang seringkali meningkat disebabkan adanya aksi dan tindakan dari negara-negara diluar kawasan.¹⁰

Menurut Damanik dan Weber pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Ia terkait erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dan sebagainya. Sedangkan pariwisata dalam arti luas merupakan

⁹James E Dougherty & Pfaltzgraff Robert L. 1997. *Contending Theories*. New York: Harper and Row Publisher. hal : 418-419

¹⁰ Louis J. Cantori dan Steven Spiegel.1970. *The International Politics of Regions: A Comparative Approach*. New Jersey:prentice Hall Inc., hal. 22 - 25

kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktifitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian masyarakat negara berkembang.¹¹

E. Metodologi Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis dalam meneliti tentang *ASEAN Tourism Forum* ini adalah tipe deskriptif, dimana penulis akan menjelaskan mengenai peran dari *ASEAN Tourism Forum* terhadap peningkatan pariwisata di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam serta peluang dan tantangan dari kerjasama dalam *ASEAN Tourism Forum*.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan teknik telaah pustaka (*library research*) , atau dengan cara mengumpulkan data dari literatur yang didapatkan sesuai dengan permasalahan yang penulis angkat.

3. Jenis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis data sekunder, dimana data didapatkan melalui teknik pengumpulan data melalui telaah pustaka, yakni penelusuran data kepastakaan dari berbagai terbitan resmi yang terdiri dari buku, dokumen, jurnal, majalah, dan surat kabar. Data sekunder melalui

¹¹ Konsep Pariwisata dalam http://aresearch.upi.edu/operator/upload/s_geo_0703773_chapter2x.pdf diakses pada 20 mei 2014

studi kepustakaan pada perpustakaan Sekretariat ASEAN, perpustakaan Universitas Indonesia, dan beberapa data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.

4. Teknik Analisis Data

Dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif, dimana penulis akan memaparkan mengenai peningkatan pariwisata di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam berdasarkan dari data-data dari sumber jurnal, buku-buku, dokumen, surat kabar, ataupun hasil-hasil penulisan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Analisis data ini tanpa menggunakan proses perhitungan dan angka-angka melainkan diperoleh dari telaah pustaka (*library research*).

5. Teknik Penulisan

Metode teknik penulisan yang disajikan penulis adalah deduktif, dimana paragraf yang tersaji didahului dengan gambaran secara umum atau ide pokok paragraf untuk kemudian ditarik kesimpulannya secara khusus.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Ekonomi Politik

Ekonomi Politik Internasional diilustrasikan berupa ”tindakan-tindakan politik yang menggunakan perangkat-perangkat ekonomi” atau sebaliknya. Bukti-bukti diperlihatkan melalui berbagai peristiwa maupun fenomena dari politik global negara-negara adikuasa dalam hal penggunaan alat-alat (sarana) ekonomi dan atau politik untuk mencapai kepentingan politik dan atau pula ekonomi mereka. Beberapa ciri pokok yang melandasi argumentasi tentang Ekonomi Politik dapat dilihat dari sifat-sifatnya dan pemahaman terhadap adanya interaksi maupun tingkah laku timbal balik antara faktor-faktor ekonomis dan faktor-faktor kekuasaan (*power*) negara atau pemerintah (*state*) yang mempengaruhi hasil aktivitas ekonomi dan pasarnya.¹²

Warren F. Ilchman dan Norman T. Uphoff, (1972) menerangkan bahwa ekonomi politik adalah suatu *integrated social science of public purpose*. Dikatakan bersifat politik karena membahas segi otoritas negara dalam masyarakat. Bersifat ekonomi karena membahas masalah-masalah alokasi dan pertukaran sumber-sumber yang langka, termasuk di dalamnya sumber-sumber sosial dan politik. Ekonomi politik juga merupakan ilmu memilih sebagaimana halnya ilmu ekonomi, tetapi dengan pendekatan *multidisiplin*. Kemudian, bahwa Ekonomi Politik berkepentingan dengan semua persoalan yang memiliki relevansi dengan kebijakan-kebijakan dan

¹² Yanuar Ikbar. 2006. *Ekonomi Politik Internasional (konsep dan teori) jilid 1*. Refika Aditma: Bandung. Hal. 4 dan 12.

masalah-masalah umum (publik), disamping memperhatikan dan mendorong partisipan aktif melibatkan diri dalam perspektif kehidupan sosial dan politik.¹³

F.Hartog dalam karyanya yang berjudul *Leeboek der Economische Politiek*, menyebutkan bahwa politik ekonomi meliputi bermacam-macam aktivitas ekonomi yang dilakukan pihak swasta, di mana politik ekonomi berusaha untuk mempengaruhinya. Lebih lanjut disebutkan bahwa di dalam kehidupan ekonomi terdapat sejumlah tindakan ekonomi misalnya produksi, konsumsi impor dan ekspor, cara penyimpanan uang, yang berhubungan satu sama lain dan bersama-sama membentuk proses ekonomi (Hartog dan Winardi, 1990:1).

Sementara itu, menurut pandangan Herbert Giersch dalam karyanya berjudul politik ekonomi (*Allgemeine Wirtschaftspolitik*), menyatakan bahwa politik ekonomi (kebijakan ekonomi) adalah semua usaha, perbuatan, dan tindakan dengan maksud mengatur, mempengaruhi atau langsung menetapkan jalannya kejadian-kejadian ekonomi di dalam suatu negara, daerah atau wilayah. Apa yang dimaksud dengan politik ekonomi dapat terjadi dalam suatu ruang kenegaraan, tetapi juga dapat meliputi banyak negara atau didalam suatu ruang kenegaraan, tetapi juga dapat meliputi banyak negara atau di dalam suatu provinsi suatu negara dan juga dapat terjadi dalam suatu wilayah saja.

Sejalan dengan itu, dapat ditarik perbedaan antara politik ekonomi nasional, internasional, regional dan swapraja (wilayah yang memiliki wilayah pemerintahan sendiri). Dari dua pernyataan teoritis tersebut, tampak perbedaan pemahaman

¹³ Ibid hal. 27

mengenai politik ekonomi. Hartog memandang secara khusus politik ekonomi sebagai suatu tindakan pemerintah untuk mempengaruhi aktivitas ekonomi. Sedangkan, Giersch lebih mengarah kepada material ekonomi politik secara lebih luas dalam skala lingkupnya, walaupun konotasinya dapat digolongkan sebagai suatu politik ekonomi yang merupakan rangkaian dari sejumlah unsur penyelidikan dalam bagian ekonomi politik.¹⁴

Pendapat Dwight Y. King, mengenai pendekatan Ekonomi Politik, ialah sebagai alat analisis yang menitikberatkan kepada kekuasaan politik sebagai variable dominan. Pengamatannya banyak tertuju pada segi-segi politik yang mengubah aspek-aspek ekonomi. Kedua bidang (ekonomi politik) dimaksud, secara *explanatory* dan *normative* sesungguhnya saling komplementasi, tergantung pada keperluan mana ia ditempatkan. Ia berhubungan satu dengan lainnya dalam upaya menjelaskan bagaimana hubungan antara bidang ekonomi dan bidang politik berproses serta dapat berkaitan melalui pengaruh yang bersifat timbal balik.¹⁵

Secara umum dapat dipahami adanya kaitan erat antar dunia politik dan dunia ekonomi. Adanya eksistensi Ekonomi Politik karena ada kesukaran untuk memecahkan masalah-masalah pertentangan yang terjadi pada ilmu ekonomi dan ilmu politik. Perbedaan mendasar terletak pada hakikat paradigma ilmu politik yang menekankan pengkajian tentang kekuasaan/kekuatan (*power*) dan sebaliknya ilmu ekonomi pada mekanisme pasar (*market*).

¹⁴ Yanuar Ikbar. 2007. Ekonomi Politik Internasional 2 (Implementasi Konsep dan Teori). Refika Aditama: Bandung. hal. 118

¹⁵ Ibid Hal. 2-3

Pemisahan dunia ekonomi dan politik sejak berabad-abad silam adalah masa lampau, kini ia sudah mulai dipadukan melalui sejumlah konsep dan teori ekonomi politik yang dialektik, deterministik dan interaktif berkaitan dengan kecenderungan aktor-aktor ekonomi yang harus mencermati aspek-aspek politik. Demikian juga sebaliknya, politik harus memberi perhatian kepada berbagai aspek ekonomi secara timbal balik. Gilpin (1987) memberi idea-idea dengan membuka sejumlah pertanyaan untuk mencari tahu konsep-konsep ekonomi politik: Bagaimana negara dan proses politik yang terkait didalamnya mempengaruhi produksi dan distribusi kekayaan, bagaimana keputusan-keputusan politik dan kepentingan-kepentingan yang ada mempengaruhi lokasi aktivitas ekonomi tersebut, dan dengan cara apa sebaliknya, serta bagaimana kekuatan-kekuatan ekonomi mempengaruhi penyebaran kekuasaan dan kemakmuran di antara aktor-aktor politik dan diantara negara-negara. Akhirnya, bagaimana kekuatan-kekuatan ekonomi tersebut mengubah distribusi politik dan militer pada peringkat internasional.¹⁶

Kriteria dari pemahaman ekonomi politik dapat diidentifikasi dari beberapa pokok perhatian yaitu:

- a. Ekonomi Politik dapat dipahami sebagai suatu bidang pengetahuan dan/atau ilmu pengetahuan yang berhubungan antara disiplin ilmu ekonomi dan ilmu politik, atau hanya merupakan perluasan konsep/teori daripada masing-masing disiplin ilmu tersebut atau pula hanya sebagai perspektifnya belaka.
- b. Ekonomi politik dapat dipahami sebagai suatu metode dan pendekatan atau suatu cara dan jalan bagi suatu ilmu pengetahuan sebagai alat analisis

¹⁶ Ibid hal. 4-5

penelitian/penyelidikan masalah-masalah sosial, ekonomi, politik budaya serta lingkungan hidup manusia (ekologi dan ekosistem).

- c. Ekonomi politik dapat dipahami sebagai suatu kajian dari berbagai peristiwa, fakta, fenomena dan gejala yang ditimbulkan oleh efek kebijaksanaan (*policy/strategi*) pemerintah dalam berbagai aspek yang langsung berkaitan dengan proses hubungan dimensial antara negara, rakyat dan lingkungan hidupnya.¹⁷

Sekurang-kurangnya terdapat tiga unsur paling penting dalam proses hubungan timbal balik yang berlangsung, yakni cara di mana faktor politik mempengaruhi hasil ekonomi, yakni:

- a. Sistem politik membentuk sistem ekonomi, karena struktur dan kerja sistem ekonomi internasional (dalam arti yang luas) ditentukan pula oleh struktur dan kerja sistem politik internasional.
- b. Pandangan-pandangan politik seringkali membentuk kebijakan ekonomi, oleh sebab kebijakan ekonomi pada umumnya didikte oleh kepentingan-kepentingan politik.
- c. Hubungan ekonomi internasional itu sendiri merupakan hubungan politik, karena interaksi ekonomi internasional, seperti interaksi politik internasional, merupakan proses di mana aktor negara dan bukan negara melakukan atau mengalami:
 - a. Mengatasi konflik atau kegagalan mengatasi konflik
 - b. Bekerjasama atau mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan bersama.¹⁸

¹⁷ Ibid hal.7

¹⁸ Ibid hal.10-11

Fakta-fakta demikian dapat diperhatikan dari struktur dan kerja sistem ekonomi internasional yang ditentukan oleh struktur dan kerja sistem politik internasional. Produksi, distribusi dan konsumsi hampir sepanjang sejarah modern selalu dipengaruhi faktor diplomatis strategis dan kondisi-kondisi politik dunia. Sementara itu, kebijakan-kebijakan nasional juga ditentukan oleh proses politik domestik. Kebijakan ekonomi dihasilkan dari proses persetujuan politik di mana kelompok-kelompok dengan kepentingan berlainan saling berhadapan, yang dalam hal ini tentu saja dapat menimbulkan konflik dan konsensus. Dalam politik domestik, pencapaian tujuan tingkah laku diatur oleh pemerintah yang memiliki wewenang untuk membuat keputusan dan kekuasaan untuk memperkuat keputusan-keputusan itu. Untuk politik internasional, terdapat proses penyesuaian atau pengaturan-pengaturan suatu konflik dan pencapaian suatu bentuk kerjasama. Bentuk-bentuk pengaturan ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari waktu ke waktu dan ruang ke ruangnya. Seperti dari bentuk keseimbangan kekuatan/kekuasaan (*balance of power*) ke bentuk aliansi dan organisasi internasional, dari hegemoni ke kolonialisme dan hukum internasional dan sebagainya.¹⁹

Dengan tradisi analisis politik luar negeri yang melibatkan teori-teori ekonomi politik akan memaparkan situasi integrasi komprehensif maksimalisasi perjuangan yang dikejar oleh politik luar negeri suatu negara. Seperti diulas oleh teori ketergantungan, bahwa kebutuhan suatu negara yang satu dengan negara yang lain saling melengkapi (komplementer), tetapi dari satu pihak kadangkala berusaha

¹⁹ Ibid hal. 11-12

melakukan dominasi terhadap negara lain agar dapat leluasa memperoleh target yang dikehendakinya secara mudah. Apabila negara-negara yang bersangkutan tidak memiliki sumber daya alam yang dibutuhkannya, maka ia menjadi tergantung pada negara lain. Oleh sebab sumber daya ekonomi bersifat langka untuk kepentingan nasional, negara yang menghendaki sumber daya ekonomi tersebut tidak segan-segan untuk melancarkan kapabilitas nasionalnya yang lain untuk memperolehnya. Pemilikan sumber daya tersebut dapat ditransformasikan dengan mudah ke dalam pengaruh politik, atau bahkan sumber daya ekonomi pun dapat dijadikan kapabilitas utama yang digerakkan untuk maksud-maksud politik.

Sebagian orang menulis tentang ekonomi politik dalam istilah yang disamakan dengan sebutan politik ekonomi. Sesungguhnya istilah ekonomi politik dan politik ekonomi memiliki perbedaan pemahaman. Politik ekonomi merupakan unsur dari ekonomi politik dalam makanya yang praktis atau terapan (*applied economic*), yang biasanya merupakan aplikasi dari sebagian tugas dan fungsi pemerintah dalam melaksanakan kegiatan ekonomi berbentuk strategi (*strategy*) dan/atau kebijakan (*policy*). Ia umumnya dirancang melalui lembaga formal kenegaraan untuk kepentingan bangsa dan negara sesuai dengan temporarisasinya. Dalam hal ini pemerintah dapat melibatkan diri (intervensi) secara langsung dan tidak langsung untuk “mengatur” sirkulasi atau pun gerak perekonomian nasional secara menyeluruh hingga ke mekanisme pasar sekalipun.²⁰

Dengan turut campurnya pemerintah dalam proses ekonomi, sudah tentu ia berusaha untuk mencapai hasil-hasil tertentu yang tidak akan mungkin dicapai hanya

²⁰ Ibid hal. 117-118

dengan mengandalkan mekanisme pasar saja secara otomatis. Dengan demikian politik ekonomi sebagai suatu kebijakan-kebijakan (*policies*) tidak menerima hasil proses ekonomi begitu saja, tetapi melalui suatu usaha untuk mempengaruhinya dengan instrumen tertentu sehingga menciptakan perubahan-perubahan yang dikehendaki.

Politik ekonomi, terutama ialah upaya untuk mengantisipasi berbagai perkembangan perekonomian yang tidak seimbang melalui tindakan-tindakan pencegahan, perbaikan terhadap gangguan-gangguan keseimbangan yang penting. Tujuan politik ekonomi itu sendiri biasanya membantu bekerjanya perkembangan mekanisme pasar agar menjadi stabil, menyangkut produktivitas, investasi, neraca pembayaran, fiskal, moneter, perdagangan domestik dan internasional, pertumbuhan ekonomi, dan lainnya secara makro. Instrumen-instrumen yang dipergunakan untuk melaksanakan politik ekonomi itu umumnya berupa peraturan-peraturan dan perundangan, ketentuan-ketentuan pemerintah atau negara seperti larangan dan pembatasan (*quota*), tarif, fiskal atau pajak, cukai, pembatasan-pembatasan (limitasi komoditas), maupun penerapan harga-harga yang intervensi di pasaran dalam bentuk tindakan dan kebijakan yang dirumuskan secara terencana oleh pemerintah.

Dalam Ekonomi Politik dikatakan bahwa penggunaan perangkat ekonomi sebagai salah satu sarana untuk mencapai kepentingan politik. Sedangkan pariwisata merupakan salah satu dari perangkat ekonomi karena peningkatan pariwisata dapat sangat mempengaruhi peningkatan ekonomi suatu negara. Dan juga dalam pengembangan sektor pariwisata akan ada campur tangan dari pemerintah maupun

pihak swasta. Dengan adanya campur tangan pemerintah, pasti dengan tujuan tertentu yang mungkin dapat mencapai kepentingan politiknya.

B. KERJASAMA REGIONAL

Regionalisme memiliki kaitan yang erat dengan dengan studi kawasan. Menurut Mansbaach, region atau kawasan adalah pengelompokan regional diidentifikasi dari basis kedekatan geografis, budaya, perdagangan dan saling ketergantungan ekonomi yang saling menguntungkan, komunikasi serta keikutsertaan dalam organisasi internasional. (Raymond F. Hopkinds dan Richard W. Mansbach: 1973).

Bruce Russet juga mengemukakan kriteria suatu region atau kawasan, yaitu:

- a. Adanya kemiripiran sosiokultural;
- b. Sikap politik atau perilaku eksternal yang mirip, yang biasanya tercermin pada voting dalam sidang-sidang PBB;
- c. Keanggotaan yang sama dalam organisasi-organisasi supranasional atau antarpemerintah;
- d. Interdependensi ekonomi, yang diukur dengan kriteria perdagangan sebagai pendapatan nasional; dan
- e. Kedekatan geografik, yang diukur dengan jarak terbang antara ibukota ibukota negara-negara tersebut.²¹

Kajian Ciri khusus suatu kawasan adalah ciri geografis, sosiologis, etnolinguistik, sistem social-politik dan ekonomu suatu kawasan tertentu, sehingga

²¹ Andre H. Pareira, 1999, *Perubahan Global dan Perkembangan Studi Hubungan Internasional*, Bandung. hal 154

kita dapat membedakan unit-unit anggota kawasan tersebut dengan unit di luar kawasan.²²

Menurut Bruce Russett (dalam Hurrell, 1995:38), regionalism sering dianalisis dengan melihat:²³

- a. Ikatan Sosial (*social cohesiveness*, berupa ikatan etnis, ras, bahasa, agama, budaya, sejarah dan kesadaran akan warisan bersama);
- b. Ikatan ekonomi (*economic cohesiveness*, yaitu pola-pola perdagangan, kesalingketergantungan ekonomi dan lainnya);
- c. Ikatan politik (*politic cohesiveness*, yaitu berupa tipe rezim, ideologi dan lainnya);
- d. Ikatan organisasional (*organizational cohesiveness* dengan melihat keberadaan atau eksistensi dari suatu institusi regional secara formal).

Menurut Andrew Hurrell (1995), ada 5 proses berlangsungnya regionalisme, yaitu:²⁴

- a. Regionalisasi, proses ini merujuk pada proses pertumbuhan integrasi *societal*-integrasi kemasyarakatan-dalam suatu wilayah dalam proses interaksi sosial dan ekonomi yang cenderung tidak terarah (*undirected*) (Hurrell, 1995:39). Proses ini bersifat alami dimana dengan sendirinya negara-negara yang saling bertetangga, yang secara geografis berdekatan, melakukan serangkaian kerjasama guna memenuhi berbagai kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi sendiri.

²² T. May Rudy, 1997, Studi Kawasan: Sejarah Diplomasi dan Perkembangan Politik di Asia, hal. 18-19

²³ Nuraeni S, Deasy Silvy, Arfin Sudirman, 2010, Regionalisme: dalam Studi Hubungan Internasional, Yogyakarta. Hal 6

²⁴ Ibid hal.6

- b. Kesadaran dan identitas regional (*regional awareness and identity*), yaitu kesadaran regional-persepsi bersama tentang rasa memiliki pada suatu komunitas tertentu dengan faktor internal sebagai pengikat-sering didefinisikan dalam kerangka kesamaan budaya, sejarah atau tradisi agama. Kesadaran regional juga sering didefinisikan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan ‘others (hal atau pihak lain yang berasal dari luar komunitas tersebut)’ yang sifatnya eksternal, terutama misalnya menyangkut masalah ancaman keamanan (Hurrel, 1995:41)
- c. Kerjasama regional antar negara, merujuk pada aktivitas kerjasama regional yang menunjukkan interdependensi termasuk negosiasi-negosiasi bilateral sampai pembentukan rezim yang dikembangkan untuk memelihara kesejahteraan, meningkatkan nilai-nilai bersama, serta memecahkan masalah bersama terutama yang timbul dari meningkatnya tingkat interdependensi regional. Kerjasama tersebut bisa memiliki tujuan yang sangat luas. Disatu sisi, kerjasama bisa menjadi sarana dalam merespon berbagai tantangan eksternal dan menempatkan posisi regional dalam berbagai institusi internasional atau forum-forum negosiasi. Disisi lain, kerjasama bisa dikembangkan guna menjamin tercapainya berbagai tujuan, nilai-nilai bersama, atau memecahkan berbagai persoalan bersama, terutama permasalahan yang muncul dengan meningkatnya derajat interdependensi regional.
- d. Integrasi regional yang didukung negara, proses ini melibatkan pembuatan kebijakan khusus oleh pemerintah yang disusun untuk mengurangi atau menghilangkan hambatan-hambatan dalam pertukaran barang, jasa dan orang-orang. Kebijakan-kebijakan tersebut telah melahirkan literatur dalam jumlah yang

banyak: tentang proses integrasi, dibagian mana literatur tersebut dibuat, dan tentang sasaran yang mungkin bisa dipenuhi oleh literature tersebut.²⁵

- e. Kohesi regional, merujuk pada kemungkinan kombinasi dari keempat proses yang terdahulu mengarah pada terbentuknya unit regional yang kohesif dan konsolidasi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai model termasuk pembentukan organisasi supranasional secara bertahap dalam konteks peningkatan integrasi ekonomi; atau melalui intensitas kerjasama dan pembentukan rezim-rezim, atau gandingan kompleks antara intergovernmentalismetradisional dengan supranasionalisme (Hurrel,1995:44).

Secara umum tingkat-tingkat kerjasama regional dapat dilihat menjadi 5 jenis, yakni berupa;²⁶

- a. Asosiasi, merupakan pertemuan-pertemuan negara-negara untuk membahas isu-isu tertentu, namun belum sampai pada tingkat merumuskan aturan bersama, seperti misalnya *summit meeting*, *annual meeting* dan sejenisnya.
- b. Koordinasi, merupakan pertemuan negara-negara yang sudah terdapat kesepakatan dari masing-masing negara untuk saling membantu dalam menangani isu-isu tertentu.
- c. Harmonisasi, yaitu suatu tingkatan dimana masing-masing negara saling melakukan adaptasi dan penyesuaian-penyesuaian terhadap kebijakan luar negeri negara-negara lain, namun belum sampai terdapat kesepakatan menyangkut masalah kewenangan otoritas, norma-norma yang akan dipakai bersama, apalagi

²⁵ Fawcett, Hurrel, 1995, *The Politics and Economics of integration*, Oxford, hal.43

²⁶ Ibid hal 82-85

mengenai struktur kerjasama. Menurut Harrison dan Mungall²⁷ (1990:58), 'forum' merupakan wujud harmonisasi.

- d. Integrasi, dimana kerjasama sudah mengarah pada pembentukan norma bersama serta terwujud dalam sebuah organisasi regional yang disertai semacam otoritas wewenang. Integrasi biasa bersifat sepenuhnya: misalnya Uni Eropa, yang sudah memiliki organ-organ yang lengkap dan mengarah pada terbentuknya supranasional; atau bersifat sebagian pada aspek tertentu saja, seperti ASEAN.

Salah satu fenomena setelah tahun 1945 adalah pesatnya pertumbuhan organisasi-organisasi regional. Organisasi regional hanyalah salah satu dimensi dalam regionalisme. Hal yang penting dalam regionalisme bukanlah terbentuknya organisasi formal yang mungkin berfungsi sebagai aktor semi-otonom tetapi dalam menjaga pola-pola aktivitas internasional secara keseluruhan yang bisa membuat organisasi tersebut mungkin muncul. Suatu organisasi regional hanya dimaksudkan khusus pada kategori negara-negara, yang cakupannya lebih rendah daripada tatanan global.²⁸

Salah satu contoh kerjasama regional yang telah lama dibentuk yaitu ASEAN (*association of South East Asian Nation*) sejak tahun 1967. Kerjasama regional ini bertujuan untuk mempererat hubungan antar negara-negara Asia Tenggara dalam berbagai bidang (ekonomi, sosial dan pengembangan budaya) dan juga meningkatkan perdamaian dan stabilitas regional dengan cara menghormati keadilan dan tertib

²⁷ R.J Harrison dan Stuart Mungall. Harmonization, dalam Groom dan Taylor. *Framework for International Cooperation*. 1990.

²⁸ Nuraeni S, Deasy Silvy, Arfin Sudirman, 2010, Regionalisme: dalam Studi Hubungan Internasional, Yogyakarta. Hal. 79-80

hukum di antara negara-negara anggota. Konferensi Tingkat Tinggi yang dilakukan oleh ASEAN setiap tahunnya untuk membahas, mengevaluasi dan menyepakati perjanjian-perjanjian baru antara negara-negara anggota.

C. Pariwisata

Manusia akan terus melakukan perjalanan dan perpindahan karena manusia sendiri tidak bisa puas dan terpaku pada suatu tempat tertentu. Dengan adanya peningkatan peradaban manusia, maka dorongan untuk melakukan perjalananpun akan semakin meningkat untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Adanya perkembangan sosial ekonomi ditunjang dengan kemajuan teknologi sehingga makin meningkatkan kebutuhan manusia. Setiap manusia terdorong melakukan perpindahan atau pergerakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, antara lain;

- a. Kebutuhan dagang dan ekonomi
- b. Kebutuhan kesehatan
- c. Kebutuhan minat kebudayaan
- d. Kebutuhan hubungan keluarga
- e. Kebutuhan untuk rekreasi
- f. Kebutuhan kepentingan politik
- g. Kebutuhan kepentingan pendidikan ²⁹

Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apa pun selain melakukan kegiatan yang bisa

²⁹ Mulyadi A.J. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.2010.hal.6

menghasilkan upah dan gaji. Sedangkan kata ‘pariwisata’ berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Kata pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Selain itu, Hunziker dan Kraft mendefinisikan pariwisata sebagai:

“the totality of relationship and phenomena arising from the travel and stay of strangers, provided the stay does not empty the establishment permanent residence and is not connected with a remunerated activity.”

Atau, pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.³⁰

Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.³¹ Aktivitas pembangunan ekonomi telah memodifikasi sumber daya dan mengubah struktur dan pola konsumsinya, termasuk di dalamnya oleh sektor pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa berjalannya industri pariwisata sangat bergantung pada sumber daya yang tersedia. Sumber daya merupakan atribut alam yang bersifat netral sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia itu. Dalam konteks pariwisata, sumber daya diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna

³⁰ Ibid hal 7-8

³¹ Ibid hal 12

mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber daya yang terkait dengan pengembangan pariwisata umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya minat khusus, di samping sumber daya manusia.

Cohen mengemukakan bahwa dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat local dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yaitu:

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
- c. Dampak terhadap kesempatan kerja
- d. Dampak terhadap harga-harga
- e. Dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan control
- g. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya dan
- h. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.³²

Selain dampak yang dikemukakan oleh Cohen, ada banyak dampak positif pariwisata bagi perekonomian, diantaranya adalah sebagai berikut (Leiper, 1990):

- a. Pendapatan dari Penukaran Valuta Asing

Hal ini terjadi pada wisatawan asing. Walau di beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing tidak begitu besar, namun di beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing ini sangat bernilai dan berperan secara sangat signifikan.

³² I Gde Pitana dan I Ketut Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2009: hal. 185

b. Menyejahterakan Neraca Perdagangan Luar Negeri

Surplus dari pendapatan valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat. Hal ini akan mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.

c. Pendapatan dari Usaha atau Bisnis Pariwisata

Pengeluaran dari wisatawan secara langsung maupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi, atau masyarakat perorangan yang melakukan usaha di sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk local. Pekerjaan disektor pariwisata sangat beragam, seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, karyawan agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata dan lain-lain.

d. Pendapatan Pemerintah

Beberapa negara di dunia, termasuk Indonesia, telah membuktikan sumbangan sektor pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak. Sebagai contoh, pengenaan pajak hotel dan restoran yang merupakan bagian dari keuntungan usaha pariwisata hotel dan restoran tersebut.

e. Penyerapan Tenaga Kerja

Pariwisata merupakan sektor yang tidak bisa berdiri sendiri tetapi memerlukan dukungan dari sektor lain. Baik sektor pariwisata maupun sektor-sektor lain yang

berhubungan dengan sektor pariwisata tidak bisa dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.³³

Disamping dampak positif pariwisata terhadap ekonomi , juga tidak dapat dipungkiri terdapat beberapa dampak negatif dari keberadaan pariwisata bagi ekonomi suatu negara. Dampak negatif tersebut diantaranya sebagai berikut (Mathieson dan Wall, 1982 dalam Leiper, 1990:223):

a. Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata

Beberapa daerah tujuan wisata sangat menggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Sebagaimana yang diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu yang tidak menguntungkan misalnya terror, penyakit ataupun konflik. Isu seperti ini akan mempengaruhi minat dari para wisatawan untuk dapat ke tempat tersebut dan mengakibatkan terjadinya penurunan kegiatan ekonomi.

b. Meningkatkan angka inflasi dan meroketnya harga tanah

Perputaran uang dalam aktivitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu laju inflasi. Disisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut.

c. Meningkatnya kecenderungan untuk mengimpor bahan-bahan yang diperlukan dalam pariwisata sehingga produk lokal tidak terserap.

Hal ini disebabkan karena wisatawan sebagai konsumen datang dari berbagai negara dengan gaya hidup dan kebutuhan yang berbeda dengan masyarakat lokal

³³ Ibid hal. 185-187

sehingga hotel, restoran maupun toko harus mengimpor produk dari luar untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.³⁴ Ada juga beberapa dampak pariwisata dari bidang sosial dan lingkungan hidup, antara lain sebagai berikut:

- a. Bertambahnya kesempatan bertukar pendapat antara sesama orang-orang berbeda daerah atau negara yang bisa menjurus pada peningkatan pengertian dan pergaulan sesamanya.
- b. Perbaikan dan peningkatan lingkungan hidup agar menarik dan memuaskan para wisatawan
- c. Penumpukan jumlah kunjungan dan penempatan berlebihan atas kawasan wisata tertentu atau perairan tertentu
- d. Terjadinya polusi udara, air dan sejenisnya, yang timbul karena bertambahnya jumlah penghuni di daerah tujuan wisata itu.³⁵

Salah satu bagian dari kegiatan pariwisata yaitu MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). MICE merupakan segmen pasar yang saat ini berkembang sejak tahun 1980-an dan pada dekade berikutnya mulai dikenal secara internasional. Hal ini terjadi karena adanya perkembangan pertemuan-pertemuan yang membahas masalah bersama, misalnya rapat, seminar, lokakarya, dan konferensi. Kegiatan tersebut dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, perusahaan dan juga asosiasi.³⁶ MICE merupakan kegiatan yang dapat berskala nasional maupun internasional.

³⁴ Ibid. hal. 191-192

³⁵ Salah Wahab, L.J. Crampon, L.M. Rothfield. Penerjemah Frans Gromang. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita. 1989. hal. 14-15

³⁶ Mulyadi A.J. Op. cit. hal 165-166

Kegiatan yang berbentuk pertemuan-pertemuan tersebut dapat diselenggarakan di suatu tempat di negara atau daerah tertentu. Kegiatan ini akan menimbulkan pergerakan manusia ke tempat tujuan tersebut. Hal ini akan menimbulkan terjadinya mobilitas manusia kesatu titik tujuan yang berasal dari berbagai daerah atau berbagai negara yang jumlahnya tidak sedikit bahkan sampai ribuan. Perusahaan yang bergerak di bidang industri pariwisata ikut mendorong peningkatan kegiatan MICE karena industri ini sangat berperan dalam memberikan pelayanan pada peserta MICE. Contohnya antara lain adalah transportasi (melalui darat, laut dan udara), akomodasi yang juga menyediakan fasilitas konferensi, pameran dan rumah makan, daya tarik wisata, hiburan, serta toko-toko souvenir yang menjual baring-barang lokal yang memiliki ciri khas daerah tersebut.³⁷ Selain itu kegiatan ini juga dapat menjadi promosi secara langsung terhadap suatu negara atau daerah tempat diselenggarakannya kegiatan tersebut. Maka dari itu pada kegiatan MICE biasanya dirangkaikan dengan acara pameran wisata seperti tari-tarian atau menunjukkan tempat wisata di daerah tersebut.

Salah satu contoh dari kegiatan MICE yaitu *ASEAN Tourism Forum* yang merupakan kegiatan tahunan yang dilaksanakan oleh negara-negara anggota ASEAN dan beberapa negara lainnya yang memiliki kerjasama dalam bidang pariwisata bersama ASEAN. Forum ini diselenggarakan di negara-negara anggota ASEAN secara bergantian setiap tahunnya. Selain untuk mempromosikan pariwisata dari masing-masing negara ASEAN juga dapat menjadi ajang kerjasama dalam bidang pariwisata.

³⁷ Ibid, hal 166-167

BAB III

ASEAN TOURISM FORUM DAN POTENSI NEGARA ASEAN

A. Latar Belakang *ASEAN Tourism Forum*

ASEAN telah didirikan sejak tahun 1967 oleh 5 negara Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina dan Singapura di Bangkok, Thailand. ASEAN didirikan dengan tujuan untuk menjaga perdamaian dan stabilitas di negara-negara Asia Tenggara. ASEAN menyiapkan forum untuk mendiskusikan isu-isu kawasan Asia Tenggara yang berpotensi untuk menimbulkan konflik kawasan.³⁸ Untuk mencapai visi bersama ASEAN yaitu hidup dengan damai dan menjaga stabilitas maka para pemimpin ASEAN membentuk *ASEAN Community*.

ASEAN Community terdiri dari tiga pilar, yaitu *ASEAN Political-Security Community*, *ASEAN Economic Community* (AEC) and *ASEAN Sosio-Cultural Community*. Pariwisata adalah bagian dari AEC. Pariwisata sudah mendapatkan pengakuan luas bahwa pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara dan sebagai integrasi sosial dan budaya. Pariwisata tidak hanya untuk menghasilkan dan mendistribusikan valuta asing tetapi juga untuk memperlihatkan keragaman dan kekayaan dari budaya-budaya dan penduduk dari negara-negara Asia Tenggara.

³⁸ Emma P.Y Wong, Nina Mistilis dan Larry Dwyer. *A Model of ASEAN Collaboration in Tourism. Journal of University of New South Wales, Australia.*
http://eprints.surrey.ac.uk/534331/3/Wong_A%20model%20of.pdf , diakses pada 5 April 2014

Kerjasama ASEAN di bidang pariwisata diresmikan pada tahun 1976 setelah pembentukan *Sub-Committee of Tourism* (SCOT) di bawah Komite ASEAN tentang Perdagangan dan Pariwisata. ASEAN SCOT telah efektif dalam memulai proyek pariwisata regional di bidang promosi, pemasaran dan penelitian.

Pada tahun 1981, *ASEAN Tourism Forum* dibentuk dan pertama kali diadakan di Genting Highland, Malaysia. *ASEAN Tourism Forum* sebagai kunci yang akan mengembangkan pariwisata di negara-negara ASEAN. Forum ini merupakan kerjasama regional untuk mempromosikan negara-negara ASEAN sebagai tujuan utama wisatawan dimana negara ASEAN terkenal dengan keramahan dan keragaman budayanya. Forum yang dilakukan setiap tahun ini melibatkan semua sektor dalam industri pariwisata dari sepuluh negara ASEAN yaitu Indonesia, Brunei Darussalam, Thailand, Vietnam, Malaysia, Kamboja, Laos, Filipina, Myanmar dan Singapura.

Tujuan dari *ASEAN Tourism Forum* adalah untuk:

- a. Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan tujuan tunggal wisatawan
- b. Menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik;
- c. Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara;
- d. Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN;

- e. Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN.³⁹

ASEAN Tourism Forum merupakan kunci dari pengembangan pariwisata di kawasan Asia Tenggara. Lebih dari 3 dekade, pemerintah dan sektor-sektor swasta datang menghadiri bersama acara tahunan di ATF untuk mendiskusikan, meninjau dan menyusun strategi untuk terus melakukan promosi negara ASEAN sebagai tujuan utama wisatawan dunia.⁴⁰ Sebagai acara tahunan dari industri pariwisata ASEAN, *ASEAN Tourism Forum* mempromosikan pertukaran ide, meninjau pengembangan industri pariwisata dan perumusan bersama untuk melanjutkan peningkatan pariwisata ASEAN.

B. Potensi Negara ASEAN (Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam)

Ada beberapa potensi dari negara-negara ASEAN yang dapat mendorong peningkatan sektor pariwisatanya di masa depan, yaitu:

- a. Secara kumulatif, 10 negara anggota memiliki populasi hampir 600 juta, dengan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pertumbuhan kelas menengah.
- b. Negara-negara ASEAN memiliki kekayaan asset pariwisata, yaitu sumber daya alam dan sumber daya buatan.

³⁹ Badan kebijakan fiskal, memanfaatkan kerjasama pariwisata ASEAN untuk mendorong peningkatan pariwisata di Indonesia. <http://www.fiskal.depkeu.go.id/2010/m/edef-konten-view-mobile.asp?id=20121228142333707367812> diakses pada 5 oktober 2013

⁴⁰ Tourism Malaysia, *ASEAN advancing Tourism Together (Malaysia:2014)* Hal. 3

- c. Negara-negara ASEAN memiliki kapasitas yang cukup banyak dalam hal akomodasi, penerbangan, tempat konvensi dan lain-lain, yang beberapa diantaranya dianggap terbaik di dunia.
- d. Negara-negara ASEAN memiliki organisasi pariwisata yang kompetitif dan memiliki anggaran pemasaran yang besar.
- e. Negara yang padat penduduk seperti India dan China akan pelaku bisnis utama di negara-negara ASEAN.
- f. Harga penerbangan yang murah akan terus memberikan dorongan yang signifikan untuk warga negara lain datang berkunjung bahkan untuk negara intra ASEAN.
- g. Munculnya *Trans Asian Highway* dan *Trans-Asian railway* akan meningkatkan jumlah transportasi ke ASEAN.⁴¹

Negara-negara anggota ASEAN memiliki potensi yang banyak yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan sektor pariwisata negaranya masing. Akan tetapi potensi tersebut tidak merata di seluruh wilayah negara-negara anggota ASEAN. Maka dari itu akan dibahas secara mendetail potensi apa saja yang dimiliki oleh 3 negara anggota ASEAN, yaitu Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam.

a. Indonesia

Indonesia tersebar berada diantara Benua Asia dan Benua Australia, dengan memiliki sekitar 17,500 pulau. Negara kepulauan ini berada di antara Samudera

⁴¹ World Tourism Organization, *ASEAN Integration and it's Impact on Touris*, 2010, hal. 9.
<http://cf05.travel-impact-newswire.com/wp-content/uploads/2011/02/UNWTO-REPORT-on-ASEAN-Tourism-Integration.pdf> diakses pada tanggal 10 april 2014

Pasifik dan Samudera Hindia, dan juga merupakan jembatan antara Benua Asia dan Benua Australia. Letaknya yang strategis ini berpengaruh pada budaya, sosial, politik dan perekonomian negara. Karena lokasinya dan geologi, Indonesia mempunyai pemandangan yang paling beragam, dari lahan padi yang subur di Jawa dan Bali sampai hutan hujan lebat di Sumatera, Kalimantan dan Sulawesi, padang rumput savana dari pulau-pulau Nusa Tenggara dan puncak gunung yang tertutup salju dari Papua barat.

Indonesia dengan total penduduk 245 juta orang merupakan negara keempat yang memiliki penduduk terbanyak. Dengan jumlah 34 provinsi, sekitar 412 kabupaten dan 93 kota yang tersebar di seluruh Indonesia⁴². Indonesia juga memiliki keragaman bahasa daerah dan budaya yang dapat dijadikan daya tarik untuk mendatangkan wisatawan ke Indonesia. Negara ini juga memiliki sumber daya alam yang berlimpah seperti minyak dan gas bumi, timah, nikel, kayu, tembaga, batu bara, emas, perak. Indonesia juga memiliki tanah yang sangat subur dan keanekaragaman flora dan fauna.

Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO mengakui beberapa budaya Indonesia. Warisan budaya Indonesia disebut juga sebagai *World Intangible Cultural Heritage* atau warisan budaya dunia. Beberapa warisan dunia tersebut yaitu batik,

⁴² Total daerah otonom dalam http://otda.kemendagri.go.id/images/file/data_dob/total%20daerah%20otonom%202013.pdf diakses pada tanggal 25 april 2014

Keris, dan Wayang. Selanjutnya sedang dipertimbangkan sebagai Warisan Dunia adalah Angklung bambu alat musik dari Jawa Barat, sebagai keunikan Indonesia.⁴³

Indonesia memiliki bermacam tempat wisata, mulai dari wisata alam seperti Danau Toba yang merupakan danau kedua terbesar di dunia, kawasan konservasi alam yang diakui oleh UNESCO (Taman Nasional Ujung Kulon di Banten, Taman Nasional Komodo di Nusa Tenggara Timur, Taman Nasional Lorentz di Papua dan beberapa hutan tropis di Sumatera), Pegunungan yang sangat indah di Pulau Jawa, dan pantai-pantai yang memiliki keindahan bawah laut di Pulau Sulawesi dan Bali.

Selain Sumber daya yang berlimpah, pemerintah juga memiliki banyak kebijakan agar mempermudah wisatawan untuk datang ke Indonesia, seperti misalnya mengenai visa. Pemerintah Indonesia menerapkan *Visa on Arrival* (VoA) bagi warganegara dari 65 negara. 65 negara yang dapat memakai VoA yaitu, antara lain Spanyol, Argentina, Jerman, Australia, Austria, Bahrain, Belgia, Brazil, Mesir, Fiji, Yunani, Prancis, India, Laos, Kamboja, Jepang, Maladewa, Selandia Baru, Belanda, China, Rusia, Rumania, Polandia dan lain lain. VoA hanya berlaku untuk 30 hari lalu dapat diperpanjang untuk 30 hari mendatang. Selain itu ada juga visa yang gratis untuk wisatawan. Wisatawan berhak atas mendapatkan visa *short-term* yang berlaku selama 30 hari. Negara-negara yang dapat menggunakan visa ini yaitu, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Thailand, Filipina, Vietnam, Hong Kong, Macao, Chili, Ecuador, Maroko dan juga Peru.

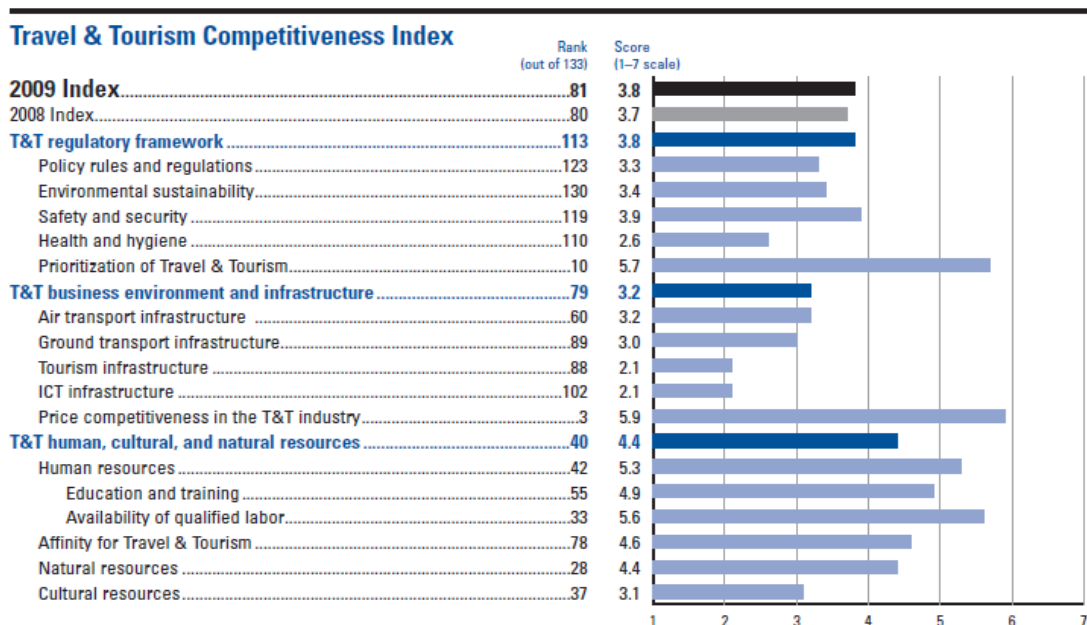
⁴³ *Discover Indonesia* dalam <http://indonesia.travel/en/discover-indonesia#tab2> diakses pada tanggal 22 Mei 2014

Pada tahun 2010, Jero Wacik sebagai Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia mengatakan bahwa pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap wisatawan dari China dan Rusia. Jumlah wisatawan dari China meningkat dari 50.000 menjadi 300.000 dalam jangka waktu 6 tahun. Dengan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan akses, pemerintah percaya bahwa tingkat pertumbuhannya dapat dipertahankan ditahun mendatang. Dan Rusia akan menjadi potensi yang baik untuk peningkatan anggaran, karena mereka memiliki anggaran perkapita yang jauh lebih tinggi dari Indonesia maka dari itu pemerintah meningkatkan akses mereka ke Indonesia seperti meningkatkan penerbangan langsung dari Moskow ke Bali. Pemerintah juga menggunakan kesempatan dari kepopuleran Bali dan menggunakannya sebagai alat promosi untuk mendorong wisatawan berkunjung ke daerah lainnya seperti Lombok, Raja Ampat dan Yogyakarta. Pada dasarnya Bali akan menjadi gerbang kedatangan dan keberangkatan.⁴⁴

Setiap tahun *World Economic Forum* mengeluarkan *Travel and Tourism Competitiveness Index*. Dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index* terdapat banyak pilar yang dinilai dari setiap negara. Setiap pilar akan dinilai dan diberikan peringkat di bandingkan 133 negara (pada tahun 2009).

⁴⁴ Oxford Business Group, The Report of Indonesia. 2010. hal. 171 di akses pada tanggal 26 april 2014

Skema 1.1 Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Indonesia pada tahun 2009⁴⁵



Sumber : Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata (*World Economic Forum*)

Pada tahun 2009, peringkat Indonesia dalam *Travel dan Tourism Competitiveness Index* yang dikeluarkan oleh *World Economic Forum* telah mengalami penurunan. Indonesia berada di peringkat 80 (pada tahun 2008) dan menjadi peringkat 81 (tahun 2009). Peringkat ini dari 133 peringkat bagi negara-negara seluruh dunia. Hal ini dinilai dari beberapa pilar dan pilar yang mendapat peringkat tertinggi untuk Indonesia yaitu, *Environmental Sustainability*. Tingginya peringkat yang diberikan kepada Indonesia kurangnya penjagaan dan pelestarian lingkungan di Indonesia.

⁴⁵ *Tour and Travel Competitiveness Report 2009* dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf diakses pada 28 april 2014

Sedangkan untuk peringkat terbaik untuk Indonesia yaitu pada daya saing harga di industri pariwisata. Pada pilar ini Indonesia mendapatkan peringkat ke 3 dari 133 negara. Hal itu dilihat dari beberapa hal yaitu antara lain harga hotel, tingkat harga bahan bakar dan juga pajak tiket dan Bandar udara di Indonesia.

b. Thailand

Thailand yang memiliki letak di tengah kawasan Asia Tenggara, Thailand dikatakan jantung dari Asia Tenggara. Dari letak geografisnya, Thailand memiliki banyak batas alam dengan negara-negara tetangga: perbatasan pegunungan dengan Myanmar (Burma) di utara dan barat, bentangan panjang Sungai Mekong yang memisahkan Thailand dari Laos di utara dan timur, dan Sungai Mekong dan Pegunungan Dongrak menggambarkan perbatasan Kamboja di timur. Seluas sekitar 514.000 kilometer persegi (200.000 mil persegi), Thailand adalah negara ke-50 terbesar di dunia.⁴⁶

Thailand terbagi menjadi 76 provinsi, dengan Bangkok sebagai ibukota negara menjadi pusat kegiatan politik, industri, pendidikan, dan hiburan. Thailand termasuk negara dengan sumber daya alam yang berlimpah, ada berbagai macam flora dan fauna, dan daerah ekologi yang berbeda. Ada lebih dari 100 taman nasional Thailand, termasuk lebih dari 20 taman laut.⁴⁷ Negara berbentuk kerajaan ini memang sudah mendunia, Thailand mempunyai banyak objek wisata yang menakjubkan. Thailand berpenduduk yang terkenal ramah dan bersahaja dikenal juga terdapat

⁴⁶ *Tourism Thailand* dalam <http://www.tourismthailand.org/Thailand/geography> diakses pada tanggal 27 april 2014

⁴⁷ Ibid

banyak sekali ragam objek wisata Thailand namun memang lebih kental dengan nuansa kuil-kuil nan megah.

Dalam bidang pertanian, Thailand menghasilkan jagung, beras, kedelai, kelapa, tembakau, tapioka, tebu dan karet. Sekitar 60% dari seluruh angkatan kerja Thailand dipekerjakan di bidang pertanian. Thailand adalah eksportir beras di pasar dunia. Komoditi lainnya yang dihasilkan dengan jumlah yang cukup besar adalah ikan dan produk-produk perikanan lainnya. Ada juga hasil pertambangan di Thailand, negara ini kaya gas alam, gipsum, timah, karet, fluorit dan timah.⁴⁸

Thailand juga menargetkan peningkatan impor makanan halal minimal 10 persen per tahun antara 2010-2014. Impor itu mencakup produk sayuran, buah-buahan, perikanan, dan produk peternakan. Tercatat jumlah pengunjung muslim kian meningkat tiap tahunnya (447.820 pendatang Indonesia ke Thailand pada 2012). Mengingat terbatasnya ketersediaan rumah makan halal di Bangkok terutama di kawasan Pratunam yang dibanjiri oleh pendatang dari Indonesia dan turis muslim lainnya menjadikan investasi di bidang kuliner halal cukup potensial atau menjanjikan.

Thailand juga mendorong pengusaha di sektor jasa, pariwisata dan kesehatan serta hotel dan restoran untuk meningkatkan pelayanan beragam kebutuhan pengunjung muslim.⁴⁹ Agak sulitnya makanan halal di Thailand dikarenakan jumlah

⁴⁸ Menyongsong ASEAN community 2015 dalam <http://disnakertransduk.jatimprov.go.id/pdf/aec-thailand.pdf> diakses pada tanggal 27 april 2014.

⁴⁹ Media Publikasi Direktorat kerjasama ASEAN Kementerian Luar Negeri, Potensi Pasar Thailand. (2014, Jakarta) dalam <http://www.kemlu.go.id/Magazines/BULETIN%20KOMUNITAS%20ASEAN%204.pdf> diakses pada tanggal 27 april 2014

penduduk Thailand yang memeluk agama Islam dapat dikatakan sangat kecil dibandingkan penduduk yang memeluk agama Buddha. Penduduk yang memeluk agama Islam sebagian besar bermukim di Selatan Thailand yang langsung berbatasan dengan Malaysia.

Thailand juga merupakan negara kerajaan yang sangat meriah dengan menjadi tuan rumah di *event* kawasan ataupun internasional. Thailand sering mengadakan festival-festival untuk menunjukkan keunikan kebudayaan negara tersebut. Festival tersebut antara lain yaitu *World Durian Festival*, *Hatyai Vegetarian Festival* sampai *Amazing Thailand Grand Sale*.⁵⁰

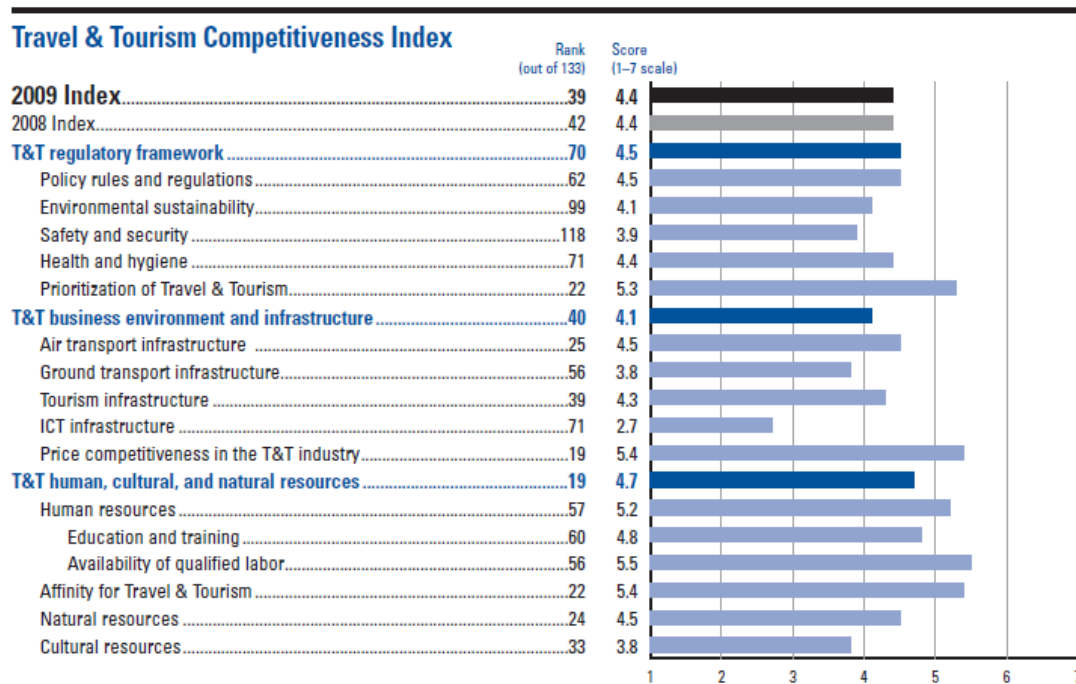
Akses menuju Thailand dapat dengan berbagai cara, misalnya dengan penerbangan, kereta api, bus atau mobil pribadi. Akan tetapi yang paling nyaman adalah dengan memakai penerbangan langsung ke Thailand. Sudah sangat banyak maskapai penerbangan yang menyediakan rute dari berbagai negara langsung menuju Bangkok, ibukota Thailand. Dan dari Thailandpun dapat langsung melanjutkan penerbangan menuju ke berbagai kota di Thailand dengan menggunakan penerbangan dalam negeri.

Pemegang paspor dari 48 negara dan Hong Kong SAR - tidak diperlukan untuk mendapatkan visa ketika memasuki Thailand untuk tujuan wisata dan akan diizinkan untuk menginap di Thailand selama tidak melebihi 30 hari pada setiap kunjungan. Negara-negara tersebut antara lain; Australia, Austria, Belgia, Brazil, Brunei Darussalam, Kanada, Denmark, Finlandia, Indonesia, Jepang, Malaysia, Korea

⁵⁰ *Amazing Thailand, Events and Festivals* dalam <http://au.tourismthailand.org/See-and-Do/Events-and-Festivals/Search> diakses pada tanggal 23 mei 2014

Selatan dan lainnya. Sedangkan ada 28 negara yang dapat menggunakan *Visa on Arrival* saat berkunjung ke Thailand. Negara-negara tersebut antara lain; Bhutan, China, Ceko, Maladewa, India, Ukraina, Taiwan dan lainnya.⁵¹ Thailand juga memegang perjanjian bilateral tentang pembebasan visa bagi pemegang paspor diplomatik, dinas dan biasa untuk kunjungan tidak melebihi 90 hari dengan Brazil, Republik Korea Selatan dan Peru.⁵²

Skema 1.2 Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Thailand pada Tahun 2009⁵³



Sumber : Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata (*World Economic Forum*).

⁵¹ Ministry of Foreign Affairs of The Kingdom of Thailand dalam <http://www.mfa.go.th/main/en/services/123/15393-Visa-on-Arrival.html> diakses pada tanggal 27 april 2014

⁵² Ministry of Foreign Affairs of The Kingdom of Thailand dalam <http://www.mfa.go.th/main/en/services/123/15396-Tourist-Visa-Exemption.html> diakses pada tanggal 27 april 2014

⁵³ *Tour and Travel Competitiveness Report 2009* dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf diakses pada 28 april 2014

Pada tahun 2009 *World Economic Forum* mengeluarkan *Travel and Tourism Competitiveness Report* dengan melihat peningkatan atau penurunan pilar-pilar yang telah dikerjakan oleh pemerintah negara tersebut. Seperti pada skema 1.2 yang menggambarkan kondisi dari beberapa pilar yang ada di Thailand. Pada skema 1.2 menunjukkan bahwa Thailand mengalami peningkatan peringkat di TTCI (*Travel and Tourism Competitiveness Index*) yang dikeluarkan oleh *World Economic Forum*. Di tahun 2009, Thailand mendapatkan peringkat 39 dari 133 negara. Thailand Naik 3 peringkat dari tahun 2008 yang mendapatkan peringkat 42. Thailand mendapat peringkat yang buruk dalam hal keselamatan dan keamanan. Thailand menempati peringkat 118 dari 133 negara. Ini dinilai dari beberapa kriteria, salah satunya adalah kecelakaan lalu lintas. Akan tetapi Thailand tetap ditunjang dengan peringkatnya yang tinggi dalam hal *Priority of Travel and Tourism* yang dinilai melalui kriteria anatar lain yaitu perioritas pemerintah Thailand dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Dan juga dalam hal daya saing harga pada industri pariwisatanya. Maka dari itu Thailand menempati peringkat yang lebih baik daripada Indonesia.

c. Brunei Darussalam

Pulau Borneo di Asia Tenggara merupakan pulau terbesar ketiga di dunia⁵⁴. Pulau ini mempunyai potensi tersendiri yang memikat wisatawan, potensi itu antara lain tentang adat budaya, sejarahnya dan kekayaan hutannya. Pulau Borneo terbagi atas tiga negara yaitu Malaysia, Indonesia dan Brunei Darussalam. Populasi negara

⁵⁴ Senarai Pulau di dunia mengikuti keluasan dalam http://ms.wikipedia.org/wiki/Senarai_pulau_di_dunia_mengikut_keluasan diakses pada tanggal 28 april 2014

ini relatif rendah untuk suatu negara, karena sampai beberapa dekade yang lalu, Pulau Borneo benar-benar tertutup oleh hutan lebat.

Brunei Darussalam juga berbatasan langsung dengan Serawak, Malaysia. Budaya Brunei berasal dari Melayu Kuno, karena daerahnya yang berbatasan langsung dengan Serawak, Malaysia. Penduduk Brunei yang didominasi oleh Melayu, oleh karena itu perpaduan budaya, adat istiadat, kepercayaan dan adat istiadat dari Brunei Darussalam sangat mirip dengan Malaysia. Negara ini pun menggunakan Bahasa Melayu dalam kehidupan sehari-harinya namun tetap banyak penduduk yang dapat menggunakan Bahasa Inggris. Dengan penduduk mayoritas memeluk agama Islam, Negara ini menjadi negara yang sangat kental dengan budaya melayu muslimnya. Bahkan budaya ini menjadi cara hidup dan diadopsi sebagai ideologi negara dan filsafat.

Objektif dari industri pariwisata ASEAN yaitu untuk mendirikan Brunei sebagai tujuan wisata yang diinginkan, untuk menciptakan kualitas dan pekerjaan yang berkelanjutan dan ekonomi peluang, Untuk meningkatkan pendapatan devisa, untuk membantu mengurangi ketergantungan pada minyak dan Gas bumi dan berkontribusi untuk membuat Brunei menjadi negara yang menarik bagi investor asing. Sedangkan Brunei Darussalam dikenal menjadi salah satu negara produsen minyak bumi dan gas di Asia Tenggara. Dengan pendapatannya dari Gas dan minyak bumi menjadikan negara ini memiliki PDB yang tinggi.

Dengan ibukota Bandar Seri Begawan yang merupakan pusat dari perdagangan Brunei, keuangan dan pemerintahan. Bandar Seri Begawan juga jantung

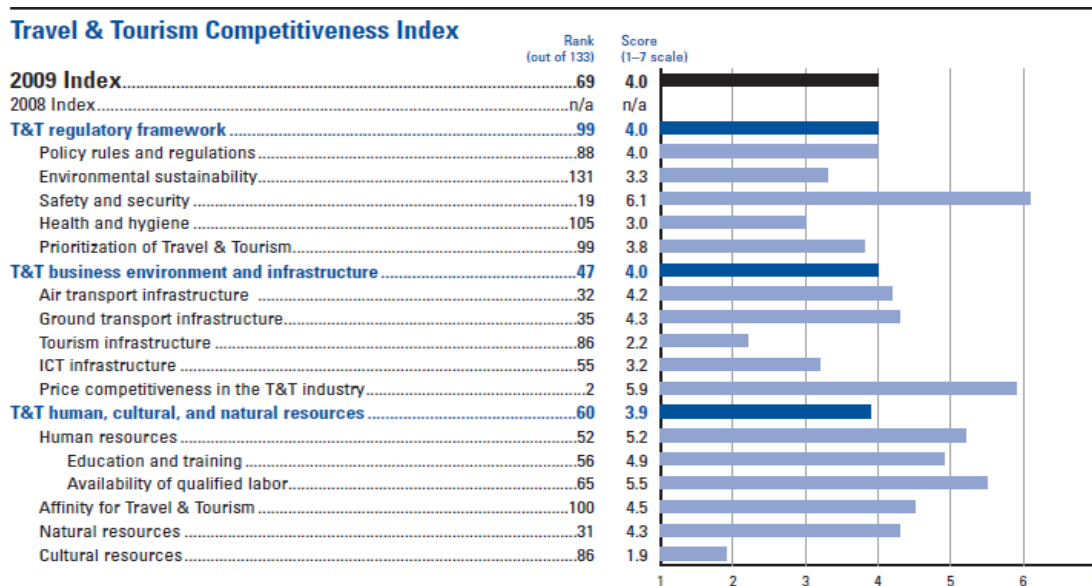
dari budaya di Brunei. Sebagian besar penduduknya bermukim di ibukota negara ini dan juga di wilayah pengilangan minyak, di Seria bagian barat. Brunei Darussalam juga memiliki banyak potensi wisata yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Brunei. Brunei memiliki garis pantai yang membentang luas sepanjang Brunei Darussalam dan berbatasan langsung dengan Laut China Selatan. Selain pantainya, Brunei juga memiliki pegunungan, wisata hutan, taman nasional dan tempat perbelanjaan modern.

Pulau Borneo ini identik dengan alam yang belum terjamah. Lebih dari 70 % dari luas lahan Brunei ditutupi oleh hutan hujan tropis, dimana pemerintah telah mengambil langkah besar untuk melindunginya. Pemerintah Brunei telah bertindak untuk melindungi sekitar 32.000 hektar sebagai hutan lindung dan dialokasikan 50.000 hektar sebagai taman nasional yang terbaik di Asia. Ada juga sumber daya lain yang berlimpah dan belum terjamah seperti hutan bakau, penetasan alami kehidupan laut dan menjadi rumah untuk kehidupan tumbuhan dan hewan yang beragam di Pulau Borneo . Dan yang paling khas di Brunei adalah bahwa sebagian besar keindahan alamnya mudah dijangkau di antara kemewahan ibukotanya yang sudah modern.⁵⁵ Penduduk Brunei Darussalam dapat dikatakan memiliki kehidupan yang baik dengan standar hidup yang tinggi untuk Kawasan Asia Tenggara. Penduduknya juga memiliki pendidikan yang baik dan kebijakan pemerintah yang mengenai konservasi sumber daya alam.

⁵⁵ *Rainforest of Brunei* dalam <http://www.bruneitourism.travel/nature/rainforest.html> diakses pada tanggal 28 april 2014

Pemerintah Brunei Darussalam mengharuskan semua wisatawan untuk memiliki paspor yang masih berlaku dan ada beberapa jenis visa untuk wisatawan diseluruh dunia. Ada beberapa negara yang bebas visa selama 90 hari, negara tersebut antara lain; Austria, Jerman, United Kingdom, dan beberapa negara lainnya. Sedangkan ada pula negara yang dapat bebas visa selama 14 hari, yaitu antara lain sebagai berikut; Indonesia, Jepang, Laos, Thailand dan Vietnam.⁵⁶

Skema 1.3 Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Brunei Darussalam pada Tahun 2009⁵⁷



Sumber : Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata (oleh *World Economic Forum*)

⁵⁶ Brunei Tourism dalam <http://www.bruneitourism.travel/info/entry.html> diakses pada tanggal 28 april 2014.

⁵⁷ *Tour and Travel Competitiveness Report 2009* dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf diakses pada 28 april 2014

Pilar-pilar yang dinilai oleh WEF akan menjadi referensi untuk melihat sejauh mana pemerintah Brunei Darussalam mengembangkan dan menjadi potensi-potensi serta regulasi-regulasi negaranya. Selain itu dapat dilihat peningkatan dan penurunan dari tahun sebelumnya mengenai pilar tersebut. Pada skema 1.3 yang dikeluarkan oleh World Economic Forum pada tahun 2009, terlihat bahwa Brunei Darussalam mendapatkan peringkat 69 dari 133 negara. Peringkat yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Indonesia yang ada di peringkat 81. Pilar pendukung yang membuat peringkat Brunei Darussalam tinggi yaitu daya saing harga pada sektor industri. Pilar ini mendapatkan peringkat kedua dari 133 negara. Brunei Darussalam juga mendapatkan peringkat yang sangat baik dalam hal keselamatan dan keamanan di dalam negaranya yang mendapatkan peringkat ke 19. Akan tetapi Brunei Darussalam melampaui Indonesia dalam penilaian terhadap kelestarian lingkungannya. Brunei Darussalam mendapatkan peringkat 131 dari 133 negara yang ada di dunia.

Pada tahun 2012 WEF mengeluarkan lagi laporan daya saing dalam perjalanan dan pariwisata untuk 139 negara di dunia. Sedangkan Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam mengalami peningkatan dan penurunan dalam beberapa pilar. Serta rata-rata peringkat yang diraih kawasan ASEAN bila menggabungkan peringkat-peringkat dari negara-negara anggota ASEAN. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Skema 1.4 Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata Indonesia, Thailand dan
Brunei Darussalam pada tahun 2012⁵⁸

Rank (out of 139 economies)									
Pillars	Singapore	Malaysia	Thailand	Brunei Darussalam	Indonesia	Vietnam	Philippines	Cambodia	ASEAN (median)
TTCI 2011	10	35	41	67	74	80	94	109	75
1. Policy rules and regulations	1	21	76	120	88	67	70	132	73
2. Environmental sustainability	41	64	97	136	127	115	94	82	96
3. Safety and security	13	83	94	23	72	68	109	79	76
4. Health and hygiene	55	75	80	70	115	89	97	133	85
5. Prioritization of Travel & Tourism	2	46	38	127	15	107	70	13	42
6. Air transport infrastructure	14	34	23	41	58	85	80	113	50
7. Ground transport infrastructure	2	36	56	49	82	77	114	103	67
8. Tourism infrastructure	33	74	40	91	116	110	98	131	95
9. ICT infrastructure	20	52	81	47	96	67	98	123	74
10. Price competitiveness	29	3	15	1	4	16	20	31	16
11. Human resources	2	37	74	47	51	72	86	109	62
12. Affinity for Travel & Tourism	12	17	24	78	121	87	65	21	45
13. Natural resources	96	22	21	38	17	51	70	53	45
14. Cultural resources	30	33	32	91	39	36	76	111	38

Sumber : Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata (oleh *World Economic Forum*)

C. Program *ASEAN Tourism Forum*

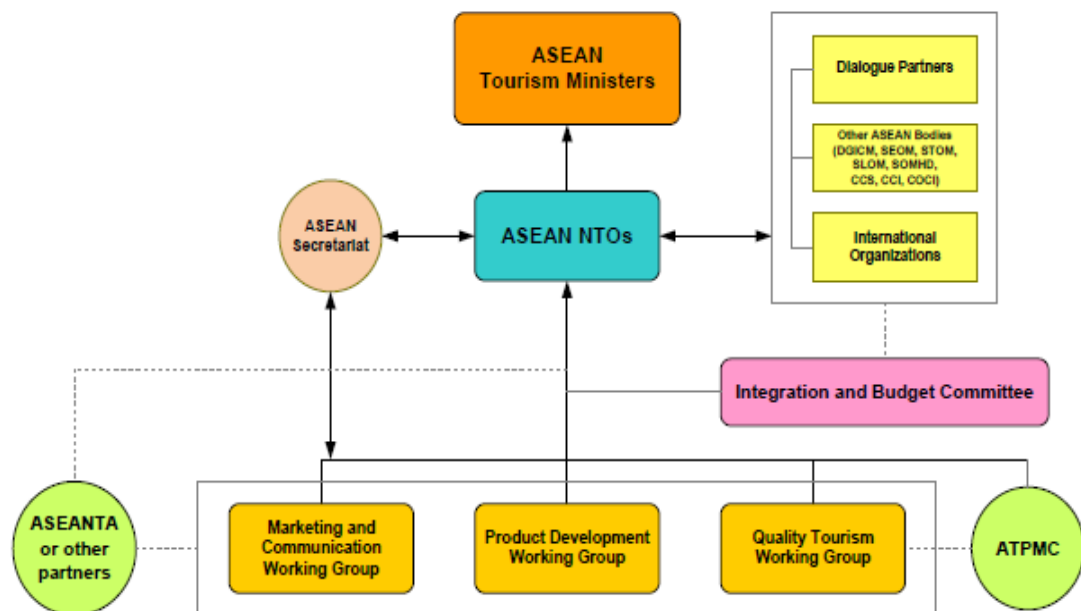
ASEAN Tourism Forum merupakan kegiatan tahunan yang telah diselenggarakan sejak tahun 1981 sampai sekarang ini. Kegiatan ini diselenggarakan untuk kepentingan pariwisata negara-negara anggota ASEAN dan beberapa negara yang bekerjasama dengan ASEAN dalam bidang pariwisata. *ASEAN Tourism Forum*

⁵⁸ *Travel and Tourism Competitiveness Report 2012* dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf diakses pada tanggal 20 mei 2014

diselenggarakan di negara-negara anggota ASEAN setiap tahunnya secara bergantian. Setiap tahunnya *ASEAN Tourism Forum* ini koordinir oleh Kementerian Pariwisata negara yang menjadi tuan rumah diselenggarakannya kegiatan ini dan bekerjasama dengan ASEANTA (*ASEAN Tourism Association*).

Forum ini berlangsung selama kurang lebih lima sampai delapan. Dan diselenggarakan di bulan januari setiap tahunnya. Ada beberapa struktur organisasi kerjasama ASEAN yang melakukan pertemuan dalam *ASEAN Tourism Forum* dan termasuk dalam program kegiatan forum, seperti yang terlihat pada tabel di bawah.

Skema 2.1 Struktur Organisasi Kerjasama Pariwisata ASEAN



Dalam skema 2.1 digambarkan struktur dari kerjasama ASEAN dalam bidang pariwisata. Dalam mekanisme kerjasama pariwisata untuk membahas kerjasama pariwisata di kawasan ASEAN dilakukan melalui *Working Group/Committee* yang

dilaksanakan dua kali dalam setahun. *Working Group/Committee* yang ada dalam kerjasama pariwisata ASEAN adalah:

- a. *Marketing and Communication Working Group*, diketuai oleh Thailand dan Vietnam sebagai Wakil Ketua. Grup ini mempunyai peran untuk menentukan arah pemasaran secara keseluruhan dan membangun protokol komunikasi.
- b. *Product Development Working Group*, dengan Malaysia sebagai Ketua dan Myanmar sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk mengidentifikasi produk baru dan pengalaman bekerjasama dengan berbagai *Stakeholders*. Dan juga untuk mengidentifikasi di mana investasi akan diperlukan untuk pengembangan produk dan bekerja sama dengan badan-badan yang terkait untuk pengembangan investasi.
- c. *Quality Tourism Working Group*, dengan Filipina sebagai Ketua dan Singapura sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan sumber daya manusia di Kawasan ASEAN. Dan juga bertanggungjawab untuk mengidentifikasi daerah-daerah baru untuk pengembangan standar.
- d. *Integration and Budget Committee*, dengan Brunei Darussalam sebagai Ketua dan Kamboja sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk memberikan arahan kepada ASEAN NTOs mengenai arah strategis untuk kerjasama pariwisata ASEAN, berkoordinasi dengan badan-badan ASEAN lainnya yang terkait fasilitas dan isu lainnya, mengevaluasi proposal kegiatan dari *Working Group*, merekomendasikan anggaran tahunan dan rencana kerja ke NTOs ASEAN,

Identifikasi sumber-sumber pendanaan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan ATSP dan pemantauan pelaksanaan ATSP 2011-2015.

- e. *ASEAN Tourism Professionals Mentoring Committee* (ATPMC), dengan Indonesia sebagai Ketua dan Laos sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan antara lain sebagai menciptakan kesadaran dan menyebarluaskan informasi tentang MRA dari Pariwisata Professional (MRA-TP) dalam ASEAN. ASEAN MRA-TP menyediakan mekanisme kesepakatan tentang kesetaraan prosedur sertifikasi pariwisata dan kualifikasi di ASEAN. Ketika negara-negara ASEAN saling mengakui kualifikasi masing-masing ini akan mendorong pasar bebas dan terbuka untuk tenaga kerja pariwisata di seluruh wilayah dan meningkatkan daya saing sektor pariwisata di masing-masing negara ASEAN, sementara pada saat yang sama menarik bakat yang dibutuhkan untuk memenuhi kekurangan keterampilan lokal⁵⁹.

Kemudian dari hasil pembahasan dari *Working Group/Committee* akan dibahas kembali untuk mendapatkan persetujuan ditingkat pejabat senior melalui pertemuan ASEAN NTOs yang dilaksanakan minimal 2 kali dalam setahun, yaitu pada bulan Januari dalam *ASEAN Tourism Forum* dan juga pada bulan Juni atau Juli. Selanjutnya hasil dari pembahasan di tingkat NTOs akan disahkan oleh para Menteri Pariwisata negara-negara anggota ASEAN (dalam *Meeting of ASEAN Tourism Ministers*) melalui program kegiatan *ASEAN Tourism Forum*.

⁵⁹ *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* dalam <http://www.aseansec.org/wp-content/uploads/2013/07/ATSP-2011-2015.pdf> diakses pada 4 mei 2013

Sejak tahun 1998 diselenggarakannya secara formal *Meeting of ASEAN Tourism Ministers* telah terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini.

Tabel 1.1. Jumlah Wisatawan Berdasarkan Negara Tujuan Tahun 1995-2002 ⁶⁰

(US\$ Thousand)								
Country of Destination	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Brunei Darussalam	–	–	643	964	955	984	1,083	–
Cambodia	220	260	219	176	263	466	605	–
Indonesia	4,324	5,034	5,185	4,606	4,728	5,064	5,154	–
Lao PDR	346	403	463	500	624	737	674	–
Malaysia	7,469	7,138	6,211	5,551	7,931	10,272	12,775	–
Myanmar	110	163	189	198	195	271	205	–
The Philippines	1,760	2,049	2,223	2,149	1,971	1,992	1,797	1,933
Singapore	7,137	7,293	7,198	6,242	6,967	7,691	7,519	7,566
Thailand	6,952	7,244	7,294	7,843	8,798	9,509	10,062	10,800
Viet Nam	1,351	1,607	1,716	1,504	1,782	2,150	2,330	–
ASEAN	29,669	31,191	31,341	29,733	34,214	39,136	42,204	–

Source: ASEAN NTO's, as compares in the ASEAN Tourism Database.

Pada tabel 1.1 menjelaskan jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara-negara ASEAN sebelum dan sesudah diadakannya M-ATM. Ketiga negara terus mengalami peningkatan, kecuali Indonesia pada tahun 1998 dan juga Brunei Darussalam pada tahun 1999. Peningkatan yang signifikan ditunjukkan oleh Thailand. Setiap tahunnya Thailand memperlihatkan peningkatan wisatawan yang berkunjung ke negara ini walaupun peningkatannya tidak besar namun tetap terjadi peningkatan setiap tahunnya.

⁶⁰ ASEAN Statistical Yearbook 2003 dalam <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan015280.pdf> diakses pada 24 mei 2014

Eksistensi M-ATM sudah terlihat dengan pengembangan kerjasama pariwisata di Kawasan ASEAN yang mengacu pada *Roadmap for Integration of Tourism Sector* (RITS). RITS yang dimulai sejak tahun 2004 dan telah berakhir pada tahun 2010. Dengan berakhirnya RITS, maka ASEAN menyusun strategi baru yang disebut *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP). ATSP telah disahkan oleh Menteri-Menterti Pariwisata ASEAN pada *ASEAN Tourism Forum* dalam *Meeting of Tourism Ministers* (M-ATM) tahun 2010 di Brunei Darussalam. RITS memiliki tujuan untuk mencapai integrasi penuh dari sektor Pariwisata di semua negara anggota ASEAN dalam bergerak menuju *ASEAN Economic Community*. Memperkuat upaya integrasi regional melalui liberalisasi, fasilitasi, dan langkah-langkah promosi untuk memastikan integrasi penuh dari sektor pariwisata pada tahun 2010. Meningkatkan daya saing sektor pariwisata di ASEAN dalam rangka untuk mempromosikan ASEAN sebagai *a Single Tourism Destination* (ASTD). Dan juga mempromosikan partisipasi sektor swasta dalam program ASEAN.⁶¹ RITS telah dilaksanakan sejak tahun 2004 dan berakhir tahun 2010 dan dilanjutkan dengan ATSP 2011-2015.

ATSP memiliki tujuan untuk menyusun suatu cetak biru yang mampu mendefinisikan kebijakan, program dan rencana dari ASEAN NTOs di bidang pemasaran, pengembangan produk, standarisasi, pengembangan sumber daya manusia, investasi dan komunikasi diantara *stakeholders* yang terkait, dengan berpedoman pada prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Sedangkan visi dari *ASEAN Tourism Strategic Plan* yaitu pada tahun 2015, ASEAN akan meningkatkan

⁶¹ *Roadmap for Integration Tourism Sector* dalam http://www.mekongtourism.org/site-t3/uploads/media/road_map_for_integration_of_tourism_sector.pdf diakses pada tanggal 4 mei 2014

jumlah pengunjung ke kawasan ini dengan produk yang asli dan beragam, meningkatnya keterhubungan antar negara, terciptanya lingkungan yang aman, meningkatnya kualitas pelayanan yang secara bersamaan dapat memastikan peningkatan kualitas hidup dan kesempatan bagi penduduk melalui pengembangan pariwisata yang bertanggungjawab dan berkelanjutan dengan bekerjasama secara efektif dengan berbagai *stakeholders*.⁶²

Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan* terdapat 3 arahan strategis yaitu penyusunan produk yang inovatif dan strategi investasi dan pemasaran yang kreatif di kawasan ASEAN, peningkatan kualitas sumber daya manusia, pelayanan dan fasilitas di kawasan ASEAN, dan peningkatan dan percepatan fasilitas perjalanan dan konektivitas ASEAN.⁶³ Hal tersebut dapat didukung dengan beberapa program yang telah dilaksanakan dalam M-ATM yaitu:

- a. Program pemasaran dan promosi pariwisata ASEAN yaitu dengan kegiatan penyelenggaraan program wisata remaja ASEAN (*ASEAN Youth Traveller Programs*), Festival jazz ASEAN, *ASEAN family Rally* di Bangkok, Thailand dan berpartisipasi pada berbagai event pariwisata internasional di Australia.
- b. Program investasi pariwisata yaitu dengan diselenggarakannya *ASEAN Tourism Investment Forum* (ATIF) yang diadakan dalam 2 kali setahun, dengan pembuatan *ASEAN Tourism Investment Guide* dan beberapa kegiatan lainnya.
- c. Peningkatan pariwisata yang berkualitas dan untuk mewujudkan ASEAN sebagai destinasi wisata yang berkelas internasional, ASEAN telah menyusun standar

⁶² *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*. Op.Cit

⁶³ Ibid

untuk *green hotel, Food and Beverage, Public Restroom, Homestay, Ecotourism and Tourism Heritage*.

Dalam pencapaian ATSP 2015, masing-masing negara ASEAN memiliki hak untuk memilih program mana yang akan di implementasikan di negaranya masing-masing yang sesuai dengan kemampuan negaranya

Sementara di Thailand kebijakan dari Pemerintah Thailand dalam pengembangan pariwisatanya yaitu antara lain:

- a. Mempromosikan pengembangan infrastruktur untuk mendukung pariwisata, mempercepat perbaikan dalam standar fasilitas, keamanan dan kebersihan, dengan pertimbangan diberikan kemudahan bagi wisatawan penyandang cacat dan lansia .
- b. Mengembangkan dan pemulihan kembali alam yang sudah ada, sejarah dan budaya dari tujuan wisata; mempromosikan pengembangan destinasi baru di daerah dengan potensi untuk menghubungkan alam, budaya dan gaya hidup lokal, sesuai dengan rencana pembangunan pariwisata yang menetapkan kerangka kerja untuk pengembangan tujuan wisata, dan mendorong investasi oleh sektor swasta dan pemerintah daerah .
- c. Mengangkat dan mempertahankan standar untuk layanan pariwisata untuk memenuhi standar internasional; meningkatkan standar sumber daya manusia di sektor pariwisata dan meningkatkan pelayanan publik untuk menarik dan dapat secara efisien melayani pasar bagi kualitas wisatawan.

- d. Mempromosikan pasar untuk kualitas wisatawan, baik internasional dan domestik , melalui strategi pemasaran yang proaktif dan menargetkan Thailand menjadi tujuan wisata kelas dunia dan pusat pertemuan internasional dan pameran, serta sebagai pusat pengobatan; meningkatkan efisiensi dalam pemberian visa, membebaskan biaya visa bagi pengunjung dari negara-negara mitra FTA Thailand, atau mereka dengan hubungan perdagangan dan investasi dengan Thailand.
- e. Mempromosikan kegiatan pariwisata untuk menambah nilai pariwisata Thailand; meningkatkan kualitas jasa pariwisata; mempromosikan Thailand sebagai lokasi syuting dan mendukung upaya Thailand untuk menjadi tuan rumah pada *event* internasional.
- f. Meningkatkan pemasaran dan hubungan masyarakat; mempromosikan peran pemerintah daerah dan sektor swasta dalam merancang pemasaran dan kebijakan umum dan strategi untuk membuat Thailand diakui secara global menjadi tujuan wisatawan.⁶⁴

Sedangkan untuk Brunei Darussalam memiliki visi dalam bidang pariwisata yaitu Brunei Darussalam sebagai kawasan dengan tujuan paling exclusive. Dengan misinya yaitu Untuk bertindak sebagai pendorong untuk perubahan dan tumbuh berkelanjutan, secara sosial dan industri pariwisata bertanggungjawab untuk memberikan keuntungan terhadap lingkungan. Adapun tujuan atau sasaran dari pariwisata Brunei Darussalam yaitu:

⁶⁴ *Strategic Tourism Planning: National Tourism Development Plan dalam*
http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand_2.pdf diakses pada tanggal 26 mei 2014

- a. Untuk mendirikan Brunei sebagai tujuan wisata yang diinginkan
- b. Untuk menciptakan kualitas dan pekerjaan yang berkelanjutan dan peluang ekonomi
- c. Untuk meningkatkan pendapatan devisa
- d. Untuk membantu mengurangi ketergantungan pada minyak dan Gas
- e. Untuk berkontribusi untuk membuat Brunei menjadi negara yang menarik bagi investor asing⁶⁵

Selain *Meeting of ASEAN Tourism Ministers* yang diadakan dalam *ASEAN Tourism Forum*, terdapat pula kegiatan Travex (*Travel Exchange*). Sejak dibentuknya *ASEAN Tourism Forum* pada tahun 1981, Travex ini sudah dilaksanakan. *Travel exchange* merupakan rangkaian program acara *ASEAN Tourism Forum* yang tidak kalah pentingnya dengan Program lainnya. Travex merupakan platform untuk penjualan dan pembelian produk pariwisata regional dan individu negara-negara anggota ASEAN. Travex akan diselenggarakan selama kurang lebih 3 hari termasuk dengan persiapannya.

Travex dalam *ASEAN Tourism Forum* ini memudahkan bagi pemasok produk pariwisata ASEAN dan jasa dan pembeli internasional untuk melakukan bisnis dan bertemu dengan peserta yang berkualitas melalui sesi Penjual Bertemu Pembeli (SMB) dan Pembeli Bertemu Penjual (BMS). Kedua belah pihak dapat

⁶⁵ *Brunei Tourism* dalam http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/brunei_presentation_2.pdf diakses pada tanggal 26 mei 2014

memaksimalkan partisipasi mereka melalui pertemuan sebelum kegiatan dimulai untuk mengeksplorasi, bernegosiasi dan melakukan penawaran satu sama lain.⁶⁶

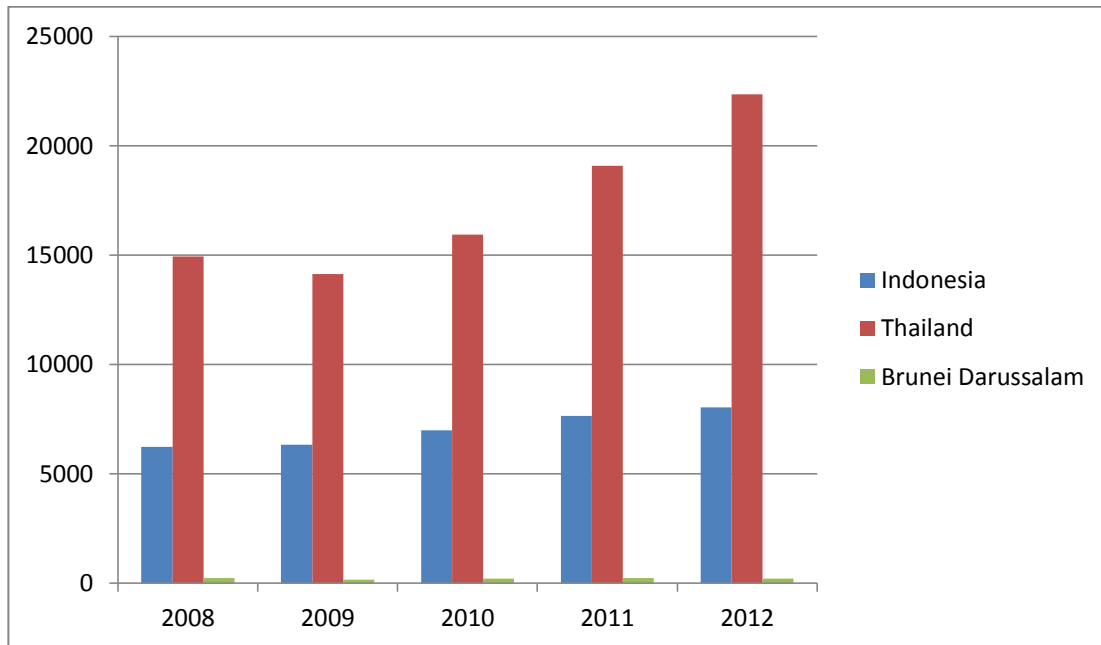
Setiap tahunnya para penjual dan pembeli harus mengikuti prosedur untuk mengikuti kegiatan Travex ini. Mereka diharuskan untuk mendaftarkan dan membayar sejumlah biaya. Dan setiap tahunnya akan ada ratusan penjual dan pembeli yang mendaftar untuk mengikuti kegiatan ini. Tujuan dari kegiatan TRAVEX sendiri diharapkan dapat terjalin kerja sama ataupun transaksi antarpengusaha pariwisata ASEAN dan di luar ASEAN. Di samping itu TRAVEX juga dapat menjadi salah satu media untuk mempromosikan produk pariwisata yang tersebar di seluruh ASEAN. Karena yang mengikuti program TRAVEX dalam ATF ini bukan hanya dari negara-negara anggota ASEAN tetapi juga negara-negara diluar kawasan ini, baik itu sebagai pembeli maupun sebagai penjual.

Dari program-program dalam ATF ini telah mengalami peningkatan pariwisata dari Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam. Hal ini terlihat dari bertambahnya jumlah wisatawan setiap tahunnya ke negara-negara ini. Dan ATF merupakan salah satu faktor terbesar pendorong peningkatan pariwisata ASEAN. Data tersebut dapat dilihat pada diagram 1.1 yang menunjukkan peningkatan dari jumlah wisatawan di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam.

⁶⁶ *Hand in Hand ASEAN Conquering Our Future* dalam http://www.atflaos.com/article/ATF2013LAOS_16ppBro_web_-_Version_Without ITECC Information.pdf diakses pada tanggal 9 mei 2014

Diagram 1.1. Jumlah Wisatawan di Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam

Tahun 2008-2012 ⁶⁷



Sumber: diolah sendiri dari data statistik pariwisata ASEAN

Data diatas menunjukkan peningkatan dari wisatawan yang datang ke negara-negara ASEAN dari tahun 2008 sampai pada tahun 2012. Pada negara Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Peningkatan yang paling pesat terlihat pada Thailand yang meningkat setiap tahunnya. Peningkatan wisatawan yang datang negara Thailand tidak hanya berasal dari dalam ASEAN saja, akan tetapi wisatawan terbanyak yang datang ke Thailand merupakan wisatawan dari luar kawasan ASEAN. Seperti halnya dengan Indonesia yang terus mengalami peningkatan dan juga wisatawan terbanyak merupakan berasal

⁶⁷ *Tourism Arrival in ASEAN* dalam

<http://www.asean.org/images/resources/2014/Jan/StatisticUpdate28Jan/Tourism%20Update/Table%2028.pdf> diakses pada tanggal 10 mei 2014

dari negara diluar negara anggota ASEAN. Sedangkan untuk Brunei Darussalam pada tahun 2009 terjadi peningkatan wisatawan yang mengunjungi negara ini akan tetapi kebanyakan berasal dari negara-negara diluar ASEAN. Namun pada tahun 2010 sampai tahun 2012 banyak wisatawan berasal dari negara-negara anggota ASEAN. Dan juga pada tahun 2012 Brunei Darussalam mengalami penurunan angka wisatawan.

BAB IV

***ASEAN TOURISM FORUM* DAN PENINGKATAN PARIWISATA INDONESIA, THAILAND DAN BRUNEI DARUSSALAM**

A. Peran *ASEAN Tourism Forum*

Diselenggarakannya *ASEAN Tourism Forum* setiap tahunnya telah menjadi kerjasama regional yang sangat menguntungkan. Karena dengan forum inilah semua negara-negara anggota ASEAN berkumpul dan membahas keadaan pariwisata mereka untuk terus dikembangkan dan mengevaluasi kinerja pariwisata negara masing-masing. Tidak hanya itu juga dalam forum ini juga para pihak swasta dapat berkumpul untuk mempromosikan pariwisatanya kepada negara-negara ASEAN lainnya untuk menjual produk pariwisatanya dan akan ada pihak dari negara lain yang membeli produknya, begitupun sebaliknya.

Dengan adanya kerjasama dalam ATF ini akan memberikan peluang yang sangat besar bagi negara-negara ASEAN untuk peningkatan pariwisata. Dengan semua 10 negara anggota ASEAN bekerjasama dengan pihak pemerintah dan swasta, Kemajuan yang signifikan telah terjadi dalam mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan di wilayah ini. Melalui peningkatan kerjasama dan melakukan kolaborasi yang saling menguntungkan dalam menghadapi tantangan regional, setiap negara ASEAN mendapatkan keuntungan dari berbagai keunikan negaranya masing-masing, beragam budaya, dan berbagai potensi pariwisata yang dimiliki oleh negara di kawasan ini yang akan diketahui oleh seluruh dunia melalui pariwisata.

Pada dasarnya negara ASEAN memiliki potensi pariwisata yang beragam namun memiliki kemiripan dengan beberapa negara ASEAN lainnya. Hal itu dipengaruhi oleh kedekatan geografis tersebut dan hal tersebut yang menjadi penyemangat bagi negara-negara ASEAN untuk lebih mengembangkan potensi pariwisatanya. Sama halnya dengan Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam, ketiga negara ini memiliki kemiripan sumber daya pariwisata. Ketiga negara ini memiliki sumber daya alam yang berlimpah dan juga budaya yang sangat kental dan beragam.

Potensi-potensi pariwisata yang dimiliki negara ASEAN ini dikembangkan oleh negara masing-masing agar dapat menjadi produk wisata yang diminati oleh wisatawan dan juga dapat menambah jumlah wisatawan yang datang ke negara tersebut. Semakin banyaknya wisatawan yang datang ke negara tersebut semakin banyak pula pendapatan devisa yang diperoleh negara dan dapat meningkatkan perekonomian negara. Dalam peningkatan pariwisata di masing-masing negara ASEAN sudah cukup baik. Dibuktikan dengan sudah adanya beberapa rancangan dan sasaran pengembangan pariwisatanya. Dari tiga negara ASEAN yaitu Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam. Peningkatan pariwisata Indonesia dan Thailand merupakan hasil dari kerjakerasnya dalam mengimplementasikan ATSP dan acuan sebelumnya untuk pengembangan pariwisatanya. Brunei Darussalam juga demikian namun Brunei memiliki jumlah wisatawan yang relatif sedikit dibandingkan dengan jumlah yang diperoleh negara-negara ASEAN lainnya. Padahal Brunei memiliki sumber daya berlimpah, seperti minyak dan gas dan juga pengembangan ekopariwisata yang sangat baik namun jumlah wisatawan yang berkumjung belum terlalu besar. Hal

ini dapat terjadi dari beberapa faktor antara lain yaitu, faktor letak geografisnya yang agak jauh dari letak negara ASEAN lainnya sehingga wisatawan tidak dapat menjadikan Brunei sebagai tempat persinggahan.

Dalam salah program kegiatan *ASEAN Tourism Forum* juga ada mengunjungi daerah wisata dari negara ASEAN yang menjadi tuan rumah diselenggarakannya *ASEAN Tourism Forum*. Karena setiap tahunnya yang menjadi tuan rumah akan bergantian antara setiap negara ASEAN, ditetapkan berdasarkan abjad alphabet. Maka pada program ini pula setiap negara yang menjadi tuan rumah memiliki kesempatan untuk mempromosikan daerah wisatanya dan juga budaya dari negaranya. Karena dalam forum ini juga akan ada banyak media massa yang meliput kegiatan ini. Sehingga dapat menjadi ajang pemasaran pariwisata negara tersebut.

Sehingga peran dari *ASEAN Tourism Forum* ini sebenarnya bergantung pada bagaimana setiap negara anggota menerapkan arahan-arahan yang dihasilkan bersama dalam forum ini untuk mengembangkan pariwisatanya. Sumbangan sektor pariwisata untuk sumbangan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung untuk negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia, berkisar sekitar 8-9% dari PDB dan menciptakan 1 dari 11 pekerjaan. Menurut UNWTO, pertumbuhan tertinggi yang dialami per wilayah adalah tertinggi untuk ASEAN, dimana pertumbuhan wisatawan mancanegara ke Asia Tenggara adalah 8,3% selama periode 2005-2012 dibanding pertumbuhan global 3,6% dan di 2013 adalah 12% dan mencapai 90,2 juta

dibanding pertumbuhan global 5%. Saat ini Asia Tenggara menyumbang 7,3% dari total wisman global⁶⁸

Asia Tenggara merupakan kawasan yang mengalami pertumbuhan pariwisata yang signifikan dalam dekade terakhir. Negara-negara Asia Tenggara juga diakui sebagai tujuan yang diinginkan. Tanggung jawab dari masing-masing negara anggota untuk mengembangkan produk pariwisatanya. Peran ASEAN NTOs adalah untuk menciptakan paket menggunakan produk dan pengalaman upaya pengembangan dari masing-masing negara. Kesempatan dari NTOs ASEAN kemudian untuk meningkatkan kesadaran dan komitmen dari wisatawan untuk mengunjungi daerah agar dapat berinteraksi dengan orang-orang penduduk lokal.

Menurut *World Travel and Tourism Council*, pariwisata secara langsung memberikan kontribusi terhadap PDB ASEAN sebanyak 4,4 % dan kesempatan kerja sebanyak 3,2 % pada tahun 2011. Selain itu, sektor ini menyumbang sekitar 8 % dari total modal investasi di kawasan ini.⁶⁹ Dan juga dengan dibuatnya situs investasi ASEAN sangat membantu untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk yang dimiliki negara ASEAN untuk para investor. Perkembangan itu membuat peran sektor pariwisata semakin penting bagi perekonomian negara-negara ASEAN.

Selain itu dalam proses peningkatan pariwisata maka akan dilakukan pula perbaikan infrastruktur pada daerah-daerah wisata atau menuju tempat wisata, misalnya perbaikan pada Bandar udara, fasilitas umum di tempat wisata seperti kamar kecil dan lain-lain. Namun dari data indeks daya saing yang dikeluarkan oleh *World*

⁶⁸ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia memimpin delegasi Indonesia dalam ATF 2014 dalam <http://web.parekraf.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2511> diakses pada 27 mei 2014

⁶⁹ *Invest in ASEAN* dalam <http://investasean.asean.org/index.php/page/view/tourism>, diakses pada tanggal 28 mei 2014

Economic Forum pada tahun 2009 terlihat bahwa Indonesia belum memiliki infrastruktur terlalu memuaskan bagi para wisatawan. Hal itu terlihat dari peringkat yang diberikan kepada Indonesia, berbeda jauh dari Thailand yang memiliki peringkat cukup baik dari segi infrastruktur pada sektor pariwisata. Sedangkan Brunei hampir sama halnya dengan Indonesia yang memiliki peringkat belum cukup baik dalam infrastruktur pariwisata.

Akan tetapi ada beberapa pilar yang memperoleh peringkat sangat baik sekali yaitu adalah daya saing harga di tiga negara ini. Ini dapat menjadi faktor yang sangat mempengaruhi wisatawan ini berkunjung ke negara-negara ini. Dalam data dari WEF pada tahun 2012 terlihat bahwa Brunei Darussalam memperoleh peringkat terbaik dari 139 negara di dunia. Sama halnya dengan Indonesia yang juga memperoleh peringkat yang sangat baik. Ini dinilai dari biaya hotel, sektor jasa di bidang pariwisata di negara-negara ini.

B. Peluang dan tantangan kerjasama dalam *ASEAN Tourism Forum*

Dalam pertemuan Menteri-Menteri Pariwisata yang dilakukan dalam *ASEAN Tourism Forum* terdapat beberapa arahan strategis untuk meningkatkan pariwisata negara-negara ASEAN yang perlu dikembangkan dan diimplementasikan di negara-negara anggota. Pengimplementasian arahan strategis dalam ATSP tersebut dilakukan oleh para NTOs negara-negara anggota beserta pihak-pihak terkait yang membantu. Sehingga ada beberapa peluang dan tantangan yang dihadapi oleh para aktor pendukung arahan tersebut untuk menyelesaikan arahan tersebut menyambut Komunitas ASEAN 2015.

a. Peluang

Ada beberapa peluang yang terlihat dari kegiatan-kegiatan yang mendukung ATSP yaitu antara lain,

- a. Dengan banyaknya kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh ketiga negara ASEAN ini akan lebih mudah untuk melakukan pemasaran. Ditambah lagi dengan banyaknya festival-festival dan promosi luar negeri yang dilakukan oleh negara ASEAN dapat mempermudah wisatawan menggambarkan tentang kebudayaan negara tersebut. Banyaknya aset-aset pariwisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Dengan di kembangkannya aset tersebut dapat menjadikan Indonesia, Thailand dan Brunei menjadi tujuan wisatawan. Selain itu peluangnya yaitu kedekatannya dengan pasar Asia yang besar dan tumbuh secara signifikan seperti Tiongkok dan juga India. Dua negara ini merupakan pemasok wisatawan ke kawasan ASEAN karena letak negara Tiongkok dan India yang berdekatan dengan kawasan ASEAN. Dan juga kedua negara ini memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak.
- b. Dengan adanya kerjasama antara Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, India dan Rusia akan menjadi peluang bagi negara ASEAN untuk mempromosikan negaranya. Menjadi negara transit pun akan menjadi keuntungan. Seperti misalnya Indonesia yang menjadi tempat transit bagi wisatawan dari Australia atau menuju Australia. Peluang dari negara ASEAN karena letaknya yang berdekatan dengan pasar Asia yang tumbuh dan besar secara signifikan seperti Tiongkok dan India. Dan juga kedua negara ini memiliki jumlah penduduk

yang sangat banyak. Sedangkan kerjasama dengan Rusia telah dilaksanakan, salah satunya dengan membuka penerbangan langsung dari Rusia ke Bali. Hal itu dikarenakan jumlah wisatawan dari Rusia yang meningkat di Bali.

- c. Dengan diadakannya *ASEAN Tourism Investment Forum* dapat mempermudah bagi negara-negara ASEAN melakukan kerjasama dalam berinvestasi dan membuka investasi dari luar untuk membantu pembangunan potensi pariwisata maupun pembangunan perekonomian negara-negara di Asia Tenggara. Khususnya bagi negara-negara yang memiliki sumber daya alam yang berlimpah dan kebudayaan yang memiliki ciri khas tersendiri seperti pada negara Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam. Hal ini dapat menjadi faktor pendorong bagi para investor untuk berinvestasi ke negara ASEAN.
- d. Berlakunya komunitas ASEAN 2015 akan membuat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam meningkat begitu pula dengan negara-negara ASEAN lainnya. Jumlah wisatawan dari negara-negara ASEAN akan lebih banyak lagi yang berkunjung ke negara-negara tetangga sesama negara ASEAN. Karena akan diterapkan pula visa tunggal bagi masyarakat ASEAN yang ingin berkunjung ke negara-negara ASEAN.
- e. Kemajuan Teknologi informasi menjadi salah satu peluang peningkatan pariwisata. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh negara-negara ASEAN akan lebih mudah untuk disampaikan kepada masyarakat di seluruh dunia. Indonesia, Thailand dan Brunei telah melakukan promosi melalui internet dengan membuat situs-situs resmi tentang potensi pariwisata negara mereka

masing-masing. Dan juga ASEAN membuat situs resmi tentang potensi pariwisata dari ke-10 negara anggota ASEAN.

- f. Berkembangnya infrastruktur yang ada dan juga menjadikan negara-negara ASEAN sebagai pilihan dalam diselenggarakannya MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Peluang dari pariwisata MICE sangatlah besar karena dapat mendatangkan banyak wisatawan sebagai delegasi dari masing-masing negara atau institusi . Seperti pada pameran *Travel Exchange* yang merupakan salah satu dari program ASEAN *Tourism Forum*.

b. Tantangan

Selain peluang ada juga beberapa tantangan yang akan dihadapi oleh negara-negara ASEAN dalam rangka pengimplementasian kegiatan dari ATSP tersebut.

- a. Tantangannya adalah bagaimana ASEAN lebih banyak melakukan promosi secara berkelanjutan untuk pariwisatanya dengan mengemas semua produk yang dimilikinya seperti wisata alam dan juga keragaman budaya, menambah produk-produk lokal yang dapat dijadikan potensi pariwisata yang meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Dimana dunia gobl sekarang sudah sangat gencar memprosikan pariwisata negaranya masing-masing dengan strategi yang sangat baik dan tekhnologi yang sudah sangat maju.
- b. Dengan diterapkannya komunitas ASEAN akan membuat perluasan kawasan ini dan membawa banyak keberagaman. Kawasan ini tidak hanya memiliki satu kebudayaan atau kepercayaan tetapi memiliki keberagaman yang harus

dijaga. Heterogenitas yang dimiliki oleh kawasan ASEAN akan menjadi tantangan bagi negara-negara anggota ASEAN untuk tetap menjaga hubungannya sesama anggota ASEAN.

- c. Keamanan dari suatu negara merupakan hal yang sangat penting karena sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke negara tersebut. Faktor keamanan merupakan tantangan bagi negara Indonesia dan Thailand karena pada indeks daya saing perjalanan dan pariwisata 2012 yang dikeluarkan oleh WEF, Thailand dan Indonesia mendapatkan peringkat yang rendah dalam hal keamanan dan kenyamanan.
- d. Mengkoordinasikan dan membuat pelaksanaan *event* bersama guna mempromosikan negara-negara ASEAN sebagai kawasan utama wisatawan dunia. Hal ini dapat dilakukan diluar kawasan ASEAN dengan menampilkan kebudayaan-kebudayaan dari negara-negara ASEAN.

Adapun peluang dan tantangan dari masing-masing negara ASEAN khususnya Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam yaitu:

a. Indonesia

Ada beberapa peluang dan tantangan dari Indonesia, Adapun peluang-peluangnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai negara terbesar di Asia Tenggara, Indonesia haruslah memanfaatkan peluang dengan adanya ASEAN *open sky*. Dengan pasar domestik yang luas dan maskapai penerbangan lokal yang bertumbuh pesat serta sangat kompetitif,

Indonesia harus bisa memanfaatkan peluang besar dari kebijakan ASEAN *Open Sky*. Dimana Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar dan penduduk terbesar di kawasan Asia Tenggara dan memiliki potensi pasar angkutan udara yang sangat tinggi dibandingkan negara ASEAN lainnya.

- b. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan memiliki habitat laut yang sangat indah dan beragam. Hal inilah yang dapat dikembangkan oleh pemerintah untuk menjadikan sebagai tujuan wisatawan. Wisata tersebut dapat dilestarikan dan di jaga sebagai nilai jual Indonesia di mata dunia.

Adapun tantangan yang dimiliki oleh Indonesia adalah sebagai berikut.

- a. Negara-negara tetangga yang memiliki sektor pariwisata yang sudah sangat maju seperti Singapura, Thailand dan Malaysia. Kemajuan dari sektor pariwisata ini menjadi tantangan bagi Indonesia untuk lebih meningkatkan pariwisatanya dengan misalnya perbaikan infrastruktur yang ada di setiap daerah.
- b. Menghadapi persaingan dengan negara-negara di dunia dimana negara-negara tersebut memiliki teknologi yang sudah sangat maju untuk mempromosikan negaranya masing-masing.

b. Thailand

Peluang yang dimiliki oleh Thailand dalam bidang pariwisata yaitu antara lain adalah:

- a. Mudahnya transportasi menuju Thailand karena negara ini sering dijadikan tempat transit oleh masyarakat dunia dan juga mudah mobilisasi dari daerah yang satu ke daerah lainnya karena dapat ditempuh melalui jalur darat.
- b. Negara Thailand sudah sangat siap dalam menghadapi komunitas ASEAN dibandingkan dengan Indonesia. Komunitas ASEAN menjadi peluang yang sangat besar bagi negara Thailand untuk lebih meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara ini setiap tahunnya.

Adapun tantangan dari Thailand yaitu:

- a. Lebih meningkatkan minat wisatawan dunia dengan mempromosikan hal-hal yang lebih kreatif dan lebih memiliki ciri khas dari negara ini. Dan juga memperbaiki infrastruktur yang ada di negara Thailand.

c. Brunei Darussalam

Ada beberapa peluang dan tantangan yang dimiliki oleh Brunei Darussalam.

Adapun peluangnya adalah sebagai berikut:

- a. Brunei Darussalam merupakan negara yang kaya akan minyak dan gas buminya serta pariwisata cagar alamnya. Pendapatan dari penjualan minyak dan gas buminya yang sangat banyak dapat digunakan untuk lebih memperbaiki infrastruktur yang ada di negaranya terutama dalam bidang pariwisata sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke negara Brunei Darussalam.

- b. Negara Brunei Darussalam sangat kental dan khas dengan budaya melayunya dan penduduknya yang mayoritas muslim. Hal tersebut dapat dijual kepada wisatawan sebagai wisata budaya dari Brunei Darussalam.

Adapun tantangan yang dimiliki oleh Brunei Darussalam yaitu:

- a. Negara ini memiliki letak yang kurang strategis dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya juga kurangnya penerbangan yang transit ke negara ini. Tantangan dari Brunei Darussalam yaitu bagaimana negara ini lebih gencar dan berkelanjutan dalam melakukan promosi pariwisatanya di berbagai media.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibahas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Peranan dari *ASEAN Tourism Forum* yang menghasilkan ATSP dalam pertemuan antara para Menteri Pariwisata ASEAN itu dikatakan sangat mempengaruhi perkembangan pariwisata negara-negara ASEAN yaitu Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam. Karena dalam forum inilah semua Menteri Pariwisata ASEAN, para ketua Organisasi Pariwisata Nasional ASEAN (NTOs), Asosiasi *Tour* dan *Travel* dan beberapa kepala negara bidang pariwisata dari negara-negara yang mempunyai kerjasama dengan ASEAN di bidang pariwisata dapat berkumpul untuk membahas, merencanakan dan mengevaluasi kinerja dan arahan strategis dari ATSP untuk peningkatan pariwisata negara-negara ASEAN. Dengan adanya forum ini para aktor pelaksana dapat mendiskusikan bersama aktifitas yang akan dilakukan dan diterapkan di negara masing-masing anggota. Setiap negara anggota akan mengacu pada ATSP dalam menjalankan sektor pariwisatanya. Negara anggota inilah yang berinisiatif untuk mengimplementasikan kegiatan dari arahan tersebut. Terjadi peningkatan pariwisata ASEAN khususnya Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke negara-negara ini dan juga dari peningkatan infrastruktur dan beberapa faktor

yang menjadi daya tarik negara-negara ini untuk dikunjungi, hal itu terlihat dari *Tour and Travel Competitiveness Index* yang dikeluarkan di *World Economic Forum*.

- b. Peluang Indonesia, Thailand dan Brunei Darussalam dalam kerjasama ASEAN *Tourism Forum* yaitu ASEAN merupakan kawasan yang menjadi salah satu kawasan untuk tujuan utama wisatawan. Selain itu ketiga negara ini memiliki produk pariwisata yang sangat baik untuk di promosikan, seperti sumber daya alam dan keragaman budayanya yang akan menjadi keunikan tersendiri bagi ketiga negara ini. Dan dengan akan diterapkannya visa tunggal bagi seluruh negara ASEAN, Hal tersebut dapat menjadi faktor pendorong yang sangat penting bagi pariwisata ketiga negara ini agar lebih meningkat setiap tahunnya. Sedangkan tantangan yang dihadapi adalah bagaimana ketiga negara ini mengemas produk-produk pariwisata mereka dengan baik dan dipromosikan kepada dunia secara baik pula agar dapat mengundang wisatawan untuk datang ke Indonesia. Selain itu menjaga keamanan negara masing-masing agar dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan aman berada di negara tujuan. Dan lebih memanfaatkan kerjasama antara negara-negara ASEAN ini lebih maksimal, mengimplementasikan ATSP dalam sektor pariwisatanya.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan dengan melihat kondisi yang dipaparkan di atas adalah:

- a. Perlunya negara ASEAN lebih memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya sektor pariwisata terhadap peningkatan perekonomian sebut

negara. Sehingga tingginya kesadaran dari masyarakat dalam membantu mempromosikan negaranya atau daerahnya dan juga menjaga lingkungan sekitar. Dan juga ASEAN lebih banyak mempromosikan mengenai *ASEAN Tourism Forum* di berbagai media, membuat situs resmi untuk *ASEAN Tourism Forum* yang dibuat oleh ASEAN jadi tidak hanya negara yang menjadi tuan rumah pada tahun itu yang mempromosikan forum tahunan tersebut.

- b. Perlunya ketiga negara dalam menghadapi peluang dan tantangan yang ada lebih banyak mempromosikan negaranya tidak hanya lewat situs resminya tetapi juga dengan berbagai media elektronik dan berbagai sosial media . Selain itu dalam pengimplementasian *single visa* di negara-negara ASEAN perlunya lebih memperhatikan keamanannya. Dan juga Indonesia, Thailand dan Brunei dapat lebih meningkatkan *event* wisata berkelas dunia serta meningkatkan paket wisata yang dapat memadukan berbagai objek unggulan antarnegara seperti gabungan wisata kota dengan wisata *eco-tourism*.. Memperbaiki infrastruktur di negara masing-masing demi peningkatan industri pariwisata ini dan lebih menggali potensi daerah-daerah yang berada di Indonesia, Thailand dan Brunei agar kunjungan wisatawan dapat merata tidak hanya di daerah ibukota atau daerah-daerah yang sudah memiliki kunjungan wisatawan. Setiap daerah di suatu negara pastinya punya potensi yang perlu dikembangkan untuk industry pariwisata untuk meningkatkan perekonomian daerah juga.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A.J, Mulyadi. 2010. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cantori, Louis J and Speigel, Steven.1970. *The International Politics of Regions: A Comparative Approach*. New Jersey:prentice Hall Inc.
- Dougherty, James E. & Robert L. Pfaltzgraff. 1997. *Contending Theories*. New York: Harper and Row Publisher.
- Hurrell, Fawcett. 1995. *The Politics and Economics of integration*, Oxford
- Ikbar, Yanuar. 2006. *Ekonomi Politik Internasional (konsep dan teori) jilid 1*. Refika Aditma: Bandung.
- Ikbar, Yanuar. 2007. *Ekonomi Politik Internasional 2 (Implementasi Konsep dan Teori)*. Refika Aditama: Bandung.
- J Harrison, R dan Mungall Stuart. 1990. *Harmonization, dalam Groom dan Taylor. Framework for International Cooperation*.
- Rudy, May T. 1997. *Studi Kawasan: Sejarah Diplomasi dan Perkembangan Politik di Asia*
- Pitana, I Gde dan Surya Diarta, I ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Pareira, Andre H. 1999. *Perubahan Global dan Perkembangan Studi Hubungan Internasional*, Bandung.
- Perwita, Anak Agung Banyu dan Yanyan Mochammad Yani,. 2006. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. PT Remaja Rosdakarya
- Robert, Gilpin. 1987. *The political Economy of international relations*. New Jersey: Princeton University Press
- S, Nuraeni, Silvya, Deasy dan Sudirman, Arfin. 2010. *Regionalisme: dalam Studi Hubungan Internasional*, Yogyakarta
- Wahab, Salah, Crampon, L.J dan Rothfield, L.M. Penerjemah Frans Gromang. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

DOKUMEN

ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 dalam <http://www.aseansec.org/wp-content/uploads/2013/07/ATSP-2011-2015.pdf> diakses pada 4 mei 2013

ASEAN Statistical Yearbook 2003 dalam <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan015280.pdf>

ASEAN Tourism Bahas Isu Pariwisata, Jurnal nasional: <http://www.jurnas.com/halaman/15/2012-01-14/195548> diakses pada 5 oktober 2013

Memanfaatkan kerjasama pariwisata ASEAN untuk mendorong industry pariwisata Indonesia [http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Asean%20Tourism Suska%20 &%20Yuventus%20Effendi.pdf](http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Asean%20Tourism%20Suska%20&%20Yuventus%20Effendi.pdf) diakses pada 5 oktober.

Menyongsong ASEAN community 2015 dalam <http://disnakertransduk.jatimprov.go.id/pdf/aec-thailand.pdf>

Tour and Travel Competitiveness Report 2009 dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf diakses pada 28 april 2014

Travel and Tourism Competitiveness Report 2012 dalam http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf diakses pada tanggal 20 mei 2014

JURNAL

Emma P.Y Wong, Mistilis dan Larry Dwyer. Volume 3. *A Model of ASEAN Collaboration in Tourism. Journal of University of New South Wales, Australia.* http://epubs.surrey.ac.uk/534331/3/Wong_A%20model%20of.pdf

MAJALAH

Oxford Business Group, *The Report of Indonesia*. 2010. hal. 171

Media Publikasi Direktorat Jenderal kerjasama ASEAN Kementerian Luar Negeri, *Potensi Pasar Thailand*. (2014, Jakarta) dalam [http://www.kemlu.go.id/Magazines/BULETIN%20KOMUNITAS%20ASEAN N%204.pdf](http://www.kemlu.go.id/Magazines/BULETIN%20KOMUNITAS%20ASEAN%204.pdf)

Tourism Malaysia, *ASEAN advancing Tourism Together (Malaysia:2014) Hal. 3*

INTERNET

ASEAN Tourism Forum 2012 dibuka di manado dalam <http://www.indonesia.travel/id/news/detail/610/asean-tourism-forum-atf-2012-dibuka-di-manado> diakses pada tanggal 5 oktober 2013

ASEAN Tourism Bahas Isu Pariwisata, Jurnal nasional: <http://www.jurnas.com/halaman/15/2012-01-14/195548> diakses pada 5 oktober 2013

Amazing Thailand, Events and Festivals dalam <http://au.tourismthailand.org/See-and-Do/Events-and-Festivals/Search>

Brunei Tourism dalam

http://dxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/brunei_presentation_2.pdf

Badan kebijakan fiskal, memanfaatkan kerjasama pariwisata ASEAN untuk mendorong peningkatan pariwisata di Indonesia.

<http://www.fiskal.depkeu.go.id/2010/m/edef-kontenviewmobile.asp?id=20121228142333707367812>

Brunei Tourism dalam <http://www.bruneitourism.travel/info/entry.html>

Indonesia's Official tourism website, ASEAN Tourism Forum 2012 dibuka di manado.<http://www.indonesia.travel/id/news/detail/610/asean-tourism-forum-atf-2012%20dibuka-di-manado>

Industri pariwisata dan pembangunan nasional

<http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/18> diakses pada tanggal 1 oktober 2013

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia memimpin delegasi Indonesia dalam ATF 2014 dalam

<http://web.parekraf.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2511>

Kementerian sekretarian Negara Republik Indonesia

http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_perundangan&id=2189&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2009 diakses pada 1 oktober 2013

Master Card, Global Destination Cities Index dalam

http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2013/05/Updated-Mastercard_GDCI_Final_V4.pdf

Ministry of Foreign Affairs of The Kingdom of Thailand dalam <http://www.mfa.go.th/main/en/services/123/15393-Visa-on-Arrival.html>

Ministry of Foreign Affairs of The Kingdom of Thailand dalam <http://www.mfa.go.th/main/en/services/123/15396-Tourist-Visa-Exemption.html>

Rainforest of Brunei dalam <http://www.bruneitourism.travel/nature/rainforest.html>

Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 <http://www.budpar.go.id/asp/detil.asp?c=11&id=685> diakses pada 5 oktober 2013

Senarai Pulau di dunia mengikuti keluasan dalam

http://ms.wikipedia.org/wiki/Senarai_pulau_di_dunia_mengikut_keluasan

Strategic Tourism Planning: National Tourism Development Plan dalam http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/thailand_2.pdf

Total daerah otonom dalam

http://otda.kemendagri.go.id/images/file/data_dob/total%20daerah%20otonom%202013.pdf

Tourism Thailand dalam <http://www.tourismthailand.org/Thailand/geography>

World Tourism Organization, ASEAN Integration and it's Impact on Touris, 2010,
<http://cf05.travel-impact-newswire.com/wp-content/uploads/2011/02/UNWTO-REPORT-on-ASEAN-Tourism-Integration.pdf>

World Economic Forum, The ASEAN Travel and Tourism Competitiveness Report 2012.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf